

جامعة مؤتة

عمادة الدراسات العليا

الأسماء التجارية وعلاقتها بأسماء المواقع الإلكترونية

إعداد الطالبة

روﻻ عبدالله الجراجره

إشراف

الدكتور عبدالله الخشروم

رسالة مقدمة إلى عمادة الدراسات العليا
استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة
الماجستير في الحقوق قسم القانون الخاص

جامعة مؤتة, 2005

بسم الله الرحمن الرحيم



MUTAH UNIVERSITY

Deanship of Graduate Studies

جامعة مؤتة

عمادة الدراسات العليا

نموذج رقم (14)

إجازة رسالة جامعية

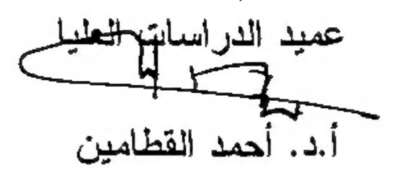
تقرر إجازة الرسالة المقدمة من الطالبة رولا عبدالله الجراجرة الموسومة بـــ:

الأسماء التجارية وعلاقتها بأسماء المواقع الإلكترونية

استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون.

القسم: القانون الخاص.

	التوقيع	التاريخ	
د. عبدالله الخشروم		2005/8/11	مشرفاً ورئيسا
د. حسام البطوش		2005/8/11	عضواً
د. جعفر المغربي		2005/8/11	عضواً
د. مروان الإبراهيم		2005/8/11	عضواً



عميد الدراسات العليا

أ.د. أحمد القطامين



MUTAH-KARAK-JORDAN
Postal Code: 61710
TEL :03/2372380-99
Ext. 5328-5330
FAX:03/ 2375694
e-mail: dgs@mutah.edu.jo sedgs@mutah.edu.jo
http://www.mutah.edu.jo/gradest/derasat.htm

مؤته – الكرك – الاردن
الرمز البريدي :61710
تلفون :03/2372380-99
فرعي 5328-5330
فاكس 03/2 375694
البريد الالكتروني
الصفحة الالكترونية

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع والمتمثل بهذه الرسالة، إلى "روح والدي الطاهرة"، الذي طالما انتظر هذا اليوم ولكن قضاء الله وقدره سبق، وإنه وإن فارقنا الجسد فإن الروح باقية معنا إلى الأبد.

إلى "والدتي" العزيزة أطال الله عمرها وأمدها بالصحة والعافية، إلى أشقائي الأعزاء "محمد ومعاذ وأحمد".

رولا الجراجره

الشكر والتقدير

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الدكتور عبدالله الخشروم وذلك لتفضله بقبول الإشراف على هذه الرسالة، ولما أبداه لي من النصح والإرشاد خلال كتابتي هذه الرسالة ولحرصه على أن تخرج هذه الرسالة بالصورة العلمية والقانونية المطلوبة.

كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى مسجل الأسماء التجارية السيدة رولا حدادين وذلك لتعاونها الكبير معي أثناء كتابتي هذه الرسالة ولسماحها لي بالإطلاع على الواقع العملي في مديرية السجل التجاري في وزارة الصناعة والتجارة ولقراءتها المتكررة لهذه الدراسة. فمني لها جزيل الشكر.

وكذلك أتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الدكتور حسام البطوش، والدكتور جعفر المغربي، والدكتور مروان الإبراهيم وذلك لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة وإغناء جوانبها بملاحظاتهم القيمة.

كما أثمن بالشكر والعرفان جميع الجهود التي كانت عوناً لي على إتمام هذا الجهد المتواضع، وأتقدم بالشكر إلى خالتي العزيزة أديبه الجلامده التي قامت بتدقيق هذه الرسالة لغوياً حتى خرجت بهذا الشكل. كما أنه لا يفوتني أن أتقدم بشكري الجزيل للزميله لنده يشوي على مساعدتها لي بالترجمة.

ولا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر والتقدير لكل أعضاء هيئة التدريس في كلية الحقوق في جامعة مؤته والذين كانوا أساتذتي منذ مرحلة البكالوريوس وحتى حصولي على درجة الماجستير في القانون، وأخص بالشكر والتقدير الدكتور مصلح الطراونه الذي شجعني على الكتابة بهذا الموضوع.

رولا الجراجره

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة

الفصل الثالث: أسماء المواقع الإلكترونية (المنازعات والحلول)

قائمة الجداول

الملخص

الأسماء التجارية وعلاقتها بأسماء المواقع الإلكترونية

رولا عبدالله الجراجره

جامعة مؤتة، 2005

تناولت الرسالة موضوع الأسماء التجارية وعلاقتها بأسماء المواقع الإلكترونية، وتهدف هذه الرسالة إلى إثبات أن اسم الموقع الإلكتروني التجاري عبر شبكة الإنترنت هو الاسم التجاري في الواقع؛ ولذلك قمنا بتقسيم هذه الرسالة إلى أربعة فصول.

وخَلُصَت الرسالة إلى أن أسماء المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت هي الأسماء التجارية على أرض الواقع، كما خَلُصَت الرسالة إلى أنّ الأسماء التجارية ليست بالوضوح الذي كانت يجب أن تكون عليه رغم وجود قانون خاص بها يُفترض أنه ينظم جميع جوانبها؛ إذ تبين لنا أن قانون الأسماء التجارية نفسه يتسم بغموض مواده وأحياناً قصورها عن الإلمام بالجوانب القانونية للاسم التجاري ذلك أن بعض هذه المواد يصعب تطبيقها حتى على الاسم التجاري العادي عندما تبرز بعض الإشكاليات القانونية التي قد يتعرض لها، وخاصة في حالة التعدي عليه، فما بالك إذا كان الاسم إلكترونياً كما هو الحال بالنسبة لأسماء المواقع الإلكترونية التي قد تأخذ أحياناً صفة الاسم التجاري.

أما بالنسبة لأسماء المواقع الإلكترونية فإنه لم يتولَ المشرع الأردني تنظيم المواقع الإلكترونية وأسماءها في أي تشريع وهو نقص يشوب المنظومة التشريعية الأردنية يجب أن تتخطاه.

Abstract
Trade Names and their Relation Ship With The Domain Names

Rula Abdallah AlJarajreh

Mu'tah University 2005

This dissertation dealt with the issue of the trade names and their relationship with the domain names. The dissertation aims to prove that the commercial domain mane through internet is in fact the trade name, performer, the dissertation is divided into four Chapters.

The dissertation concluded that the commercial domain name through the internet is a trade name, and this subject needs a private law regulate all its issues. In the addition to this, the trade name names act has a shortage in its articles concerning its application on the ordinary trade name and in the case of its infringement. Moreover, the Jordanian legislator dose not regulate the issue of domain named, and such shortage should be overcome.

الفصل الأول
خلفية الدراسة وأهميتها

1.1 المقدمة

لاقت التجارة تطوراً كبيراً منذ أواخر القرن الماضي حتى وصلت إلى فكرة التجارة عبر الإنترنت والتي تعتبر شبكة لا يخضع التعامل عبرها لنظام قانوني إقليمي محدد، وإنما يعتمد على ما يعرف بالمواقع الإلكترونية والتي يستلزم الوصول إليها تعريفها من خلال أسماء تميزها عن بعضها البعض تعرف بأسماء المواقع الإلكترونية (Domain Names)، والتي شهدت تطوراً وزيادة مستمرين، وبما أن التعامل عبر هذه المواقع شهد ذات التطور على اختلاف أنواعها سواءً أكانت مواقعاً تجاريةً أم ترفيهيةً أم تثقيفيةً...الخ، فقد أصبحت هذه المواقع مثار اهتمام فقهاء القانون التجاري، خاصة الذين ركزوا اهتمامهم بشكل أدق على أسماء المواقع الإلكترونية والتي غالباً ما كانت تتداخل والأسماء التجارية أو العلامات التجارية، مما يؤدي إلى حدوث نزاعاتٍ قانونيةٍ تحتاج إلى حلول عملية لتفاديها.

2.1 مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة فيما يلي:

1- بيان مدى انسجام التطبيقات العملية في وزارة الصناعة والتجارة مع قانون الأسماء التجارية.
2- بيان أهم التعديلات والإضافات التي أوجدها القانون الجديد.
3- محاولة إعطاء حلول قانونية لاستخدام الاسم التجاري في التطبيقات العملية، وبشكل أدق استخدامه عبر شبكة الإنترنت.

3.1 أهمية الدراسة

تكمن أهمية الاسم التجاري في أنه يعتبر وسيلة التاجر لتمييز محله التجاري وبضائعه ومنتجاته وخدماته عن نظائرها الأخرى، وبه يوقع التاجر الأوراق التجارية ويقاضي ويقاضى به أمام المحاكم المختصة ويبرم به العقود، كما أن للاسم التجاري دوراً كبيراً في التطور الصناعي وتوسيع النشاط التجاري وظهور محلات تجارية لها دور ملموس في جذب الزبائن إليها دون الإلتفات إلى شخصية التاجر المالك لتلك المحلات، حيث أصبح للتاجر مال جديد يسمى "الاسم التجاري" والذي قد يفوق ثمنه قيمة البضائع والأدوات الموجودة في محله.

ولهذه الأهمية التي يتمتع بها الاسم التجاري عدته المادة (2/38) من قانون التجارة الأردني ضمن العناصر المعنوية للمحل التجاري (أو المتجر كما يسميه قانون التجارة الأردني)، كما أنه وبالرجوع لنص المادة (39) من قانون التجارة، فإنها تحيلنا لقانون خاص ينظم أحكام الأسماء التجارية يسمى " قانون الأسماء التجارية رقم (22) لسنة (2003)". وهو قانون مؤقت أعدت هذه الدراسة معاصرة لمداولات مجلسي النواب والأعيان لهذا القانون.

4.1 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى مناقشة هذا القانون ومحاولة إيجاد حلول قانونيه لما قد يثيره من غموض في العمل، كما أنها تهدف إلى إيجاد مراجع عربيه تعالج الاسم التجاري وعلاقته بأحدث ما توصل إليه عالم التجارة الحديث وهو أسماء المواقع الإلكترونية، وإثبات أن أسماء المواقع الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت هي الأسماء التجارية على أرض والواقع.

5.1 صعوبات الدراسة

إن الصعوبة الأساسية التي واجهت هذه الدراسة هي عدم العثور على أي مؤلف أو بحث مستقل بهذا الصدد إلا ما ورد كملاحظات عابرة وعامة في أغلب المؤلفات التي تشرح القانون التجاري بشكل عام، وإن الأبحاث التي تطرقت إلى هذا الموضوع فـــي بعض مباحثها، تناولته حسب قانون تسجيل الأسماء التجارية رقم (30) لسنة 1953، وهو قانون قديم ألغي وحل محله "قانون الأسماء التجارية المؤقت" وهو ساري المفعول في المملكة حتى وقتنا الحاضر.

ولذلك فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التطرق لهذا الموضوع مع التركيز على الأسماء التجارية بشكل خاص وعلاقتها بأسماء المواقع الإلكترونية، وذلك من خلال أربعة فصول، تناولنا في الفصل الأول خلفية الدراسة وأهميتها، وخصصنا الفصل الثاني لدراسة الأحكام القانونية المتعلقة بالأسماء التجارية، وذلك عبر ثلاثة مباحث تناولنا في المبحث الأول تعريف الاسم التجاري وبيان أهميته بينما تناولنا في المبحث الثاني شروط تسجيل الاسم التجاري وفي المبحث الثالث درسنا الحماية القانونية للأسماء التجارية.

وخصصنا الفصل الثالث لدراسة أسماء المواقع الإلكترونية (المنازعات والحلول) من خلال ثلاثة مباحث، درسنا في المبحث الأول ماهية أسماء المواقع الإلكترونية، وفي المبحث الثاني الطبيعة القانونية لأسماء المواقع الإلكترونية، وفي المبحث الثالث النازعات التي يثيرها استخدام أسماء المواقع الإلكترونية وحلولها، بينما تناولنا في الفصل الرابع الخاتمة والتوصيات.

وبناءً على ما تقدم سوف نتناول هذا الموضوع عبر محورين رئيسيين: الأحكام القانونية المتعلقة بالأسماء التجارية، وأسماء المواقع الإلكترونية التجارية (المنازعات والحلول).

الفصل الثاني

الأحكام القانونية المتعلقة بالأسماء التجارية

سنحاول مجتهدين في هذا الفصل إعطاء حلول قانونية لاستخدام الاسم التجاري في التطبيقات العملية. من خلال استعراض ماهية الاسم التجاري وإشكالات الخلط بينه وبين ما يشتبه به من بعض العناصر المعنوية للمحل التجاري، كما سنتناول في هذا الفصل الشروط الواجب توافرها لتسجيل الاسم التجاري والفراغ التشريعي الذي لا يتناول هذا الموضوع بالتفصيل والخطورة التي تنطوي على استمرار وجوده دون تدخل تشريعي لإيجاد الحلول القانونية لهذه المشاكل؛ وعليه فإننا سنقسم هذا الفصل إلى ثلاثة أجزاء، نتناول في الجزء الأول تعريف الاسم التجاري وبيان أهميته، بينما نتناول في الجزء الثاني شروط تسجيل الاسم التجاري، ونخصص الجزء الثالث للحماية القانونية للأسماء التجارية.

1.2 تعريف الاسم التجاري وبيان أهميته

نتناول في هذا الجزء تعريف الاسم التجاري وبيان أهميته وتمييزه عما يختلط به من العناصر المعنوية للمحل التجاري، معتمدين على نصوص قانون التجارة رقم (12) لسنة (1966)[1]، وقانون الأسماء التجارية رقم (22) لسنة (2003)[2].

1.1.2 تعريف الاسم التجاري

تُعرّف المادة الثانية من قانون الأسماء التجارية الاسم التجاري بأنه "الاسم الذي يختاره الشخص لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات والذي يتكون من تسمية مبتكرة أو من اسم الشخص أو لقبه أو منها جميعاً ومع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة

---

(1) منشور في الجريدة الرسمية، العدد1910، تاريخ 1966/3/30، ص472.

(2) منشور في الجريدة الرسمية، العدد 4592، تاريخ 203/4/16، ص1671.

أو النشاط الذي يمارسه، وبذلك يكون التاجر وفقاً لقانون الأسماء التجارية الأردني بين عدة خيارات:-

الخيار الأول: أن يتخذ التاجر إحدى التسميات المبتكرة أو العبارات المحببة ليطلقها على محله التجاري لتمييزه عن غيره من المحلات التجارية الأخرى لجذب العملاء إليه مثل عبارات" الشيراتون والديار وقصر الصنوبر وكان زمان وأماسي وكوداك....وهكذا". وجميع هذه العبارات المبتكرة التي تسمى شعاراً عند البعض أو عنواناً تجارياً عند البعض الآخر، هي أسماء تجارية وفقاً لقانون الأسماء التجارية الأردني وتخضع لأحكامه.

الخيار الثاني: أن يتخذ التاجر من عنوانه التجاري اسماً لمحله التجاري مثل حلويات حسين ومحمد القاضي، وفي هذه الحالة يندمج الاسم التجاري مع العنوان التجاري ويؤديان وظيفة مزدوجة، على أساس أنهما دالة الغير على صاحب المحل التجاري، وعلى المحل التجاري نفسه.

الخيار الثالث: وهو أن يتخذ التاجر من الخيارين السابقين معاً اسماً لمحله التجاري مع أية إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه التاجر أي أن تتضمن اللافتة الموضوعة على باب المحل التجاري اسم صاحب المحل و لقبه بالإضافة إلى اسم مبتكر لمحله وأية إضافة تتعلق بنوع التجارة، مثال ذلك "معرض هيو" للساعات لصاحبه فيصل الجراجره.

ولمزيد من الإيضاح حول تعريف الاسم التجاري، فإنه لا بد من بيان عناصر الاسم التجاري، وتختلف العناصر التي تدخل في تكوين الاسم التجاري بحسب ما إذا كان التاجر شخصاً طبيعياً (التاجر الفرد) أو شخصاً معنوياً (شركة)، كما تختلف باختلاف نوع الشركة وطبيعتها.

1.1.1.2 الاسم التجاري للتاجر الفرد

عرّف المشرع الأردني في المادة (2) من قانون الأسماء التجارية الجديد الاسم التجاري بأنه " الاسم الذي يختاره الشخص لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات والذي يتكون من تسمية مبتكرة أو من اسم الشخص أو لقبه أو منها جميعاً ومع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه".

سبق وتوصلنا من خلال نص المادة أعلاه أن التاجر حر في اختيار اسمه التجاري، فقد يتألف من تسمية مبتكرة أو من اسم صاحب المحل التجاري أو من خليط من ذلك مع أية إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه، بينما يتضح لنا من مفهوم المخالفة لنص الفقرة (و) من المادة (5) من قانون الأسماء التجارية أنه يجوز أن يتألف الاسم التجاري من الاسم المدني لشخص آخر بعد أخذ موافقته أو موافقة ورثته إن كان متوفى[1]، ما لم يكن في ذلك تضليل للجمهور.

2.1.1.2 الاسم التجاري للتاجر الشركة

وكما أن للتاجر الفرد اسماً تجارياً يمارس من خلاله تجارته ويتميز به محله التجاري عما يماثله من محال تجارية، فقد منح المشرع الأردني للشركات التجارية[2]، الحق في اتخاذ اسم تجاري لكي يميزها عن غيرها من الشركات[3]على النحو التالي:

---

(1) المادة (5) "لا يجوز تسجيل الاسم التجاري في أي من الحالات التالية:-

و- إذا تضمن اسماً مدنياً لشخص آخر دون أخذ موافقته أو موافقة ورثته إذا كان المتوفى حديثاً."

(2) انظر المادة (6 و10/ب) و(90/ج) من قانون الشركات لسنة 1997.

(3) ويقسم الفقه الشركات إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:-

1- شركات الأشخاص: وهي التي تقوم على الاعتبار الشخصي للشركاء فيها ومثالها شركة التضامن.

2- شركات الأموال: وهي التي تقوم على الاعتبار المالي لحجم رأس مالها، بصرف النظر عن الأشخاص الشركاء فيها، ومثالها الشركة المساهمة العامة المحدودة.

3- شركات مختلطة: وهي التي تقوم على الجمع بين الاعتبار الشخصي والاعتبار المالي في آن واحد، ومثالها الشركات ذات المسؤولية المحدودة . راجع د.صلاح زين الدين الأسمر،شرح التشريعات الصناعية والتجارية، دار الثقافة، 2003، ط1، عمان، ص202، نقلاً عن د.فوزي محمد سامي، الشركات التجارية، دار الثقافة،

1.2.1.1.2 الاسم التجاري للشركة ذات المسؤولية المحدودة[1]

تنص المادة (55) من قانون الشركات رقم (22) لسنة (1997)[2]، على أنه:

"عنوان الشركة

تستمد الشركات ذات المسؤولية المحدودة اسمها من غاياتها ويجب أن تضاف إليه عبارة ذات المسؤولية المحدودة ويمكن اختصار هذه العبارة بالأحرف (ذ.م.م) وأن يدرج اسمها ومقدار رأس مالها في جميع الأوراق والمطبوعات التي تستخدم في أعمالها وفي العقود التي تبرمها".

هناك من يُورد الملاحظات التالية على هذا النص:

1. يلاحظ على هذا النص أن الشركة ذات المسؤولية المحدودة ليس لها عنوان تجاري، بل لها اسماً تجارياً فحسب. ويستمد الاسم التجاري للشركة ذات المسؤولية المحدودة من غايات الشركة وأهدافها ونشاطها، على أن يتبع بعبارة "ذات مسؤولية محدودة" أو "ذ.م.م"، فإذا كانت غاية الشركة ذات المسؤولية المحدودة هي التجارة في الصناعات الكهربائية والإلكترونية، فالاسم التجاري لها –عندئذ– هو "شركة الصناعات الكهربائية والإلكترونية" ذات المسؤولية المحدودة وهكذا[3].

إلا أننا نخالف هذا الرأي الذي يذهب إلى أن الشركة ذات المسؤولية المحدودة ليس لها إلا اسماً تجارياً فحسب، حيث أن قانون الشركات الأردني عندما أورد نص المادة (55) كان في مقدمتها عبارة (عنوان الشركة) وهذا يعني أن الشركة

عمان،1999، ص71. و د. أكرم ياملكي، الوجيز في شرح القانون التجاري العراقي، الجزء الثاني في الشركات التجارية، الطبعة الثانية المعدلة، بغداد،1972،ص37.

[1] "تتألف الشركة ذات المسؤولية المحدودة من شخصين أو أكثر، وتعتبر الذمة المالية للشركة مستقلة عن الذمة المالية لكل شريك فيها وتكون الشركة بموجوداتها وأموالها مسئولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها ولا يكون الشريك مسئولا عن تلك الديون والالتزامات والخسائر إلا بمقدار حصصه التي يملكها في الشركة" انظر المادة (53) من قانون الشركات الأردني.

[2] منشور في الجريدة الرسمية، العدد 4204، تاريخ 1997/5/15، ص2038.

[3] ولعل السبب في ذلك يعود إلى أن الاعتبار المالي يغلب على الاعتبار الشخصي في الشركة ذات المسؤولية المحدودة، راجع د.صلاح زين الدين،المرجع السابق، ص203.

ذات المسؤولية المحدودة لها عنوان تجاري أيضاً. وهذا إن دل على شيء فهو يدلنا على أن المشرع في قانون الشركات لازال يخلط بين الاسم التجاري والعنوان التجاري، فهو يورد عبارة عنوان الشركة في مقدمة كلاً من المواد:

1- المادة (55) من قانون الشركات بالنسبة للشركة ذات المسؤولية المحدودة.
2- المادة (79) من قانون الشركات بالنسبة لشركة التوصية بالأسهم.
3- المادة (42) من قانون الشركات بالنسبة لشركة التوصية البسيطة.
4- المادة (90/ج) بالنسبة للشركة المساهمة العامة.

ونلاحظ أن المشرع الأردني يورد في متن هذه المواد كلها كلمة "اسمها". واستثناءً على ما سبق ذكره، لم يورد المشرع عبارة "عَنوان الشركة" في مقدمة المادة (65/ج) من القانون نفسه بالنسبة للشركة المساهمة الخاصة. يتضح لنا مما سبق أن المشرع الأردني لم يكن موفقاً بإزالة الخلط بين الاسم التجاري والعنوان التجاري الوارد في قانون الشركات على غرار ما فعل في قانون الأسماء التجارية. وبما أن قانون الشركات لم يورد تعريفاً لعبارة "عنوان الشركة" فإننا نعود للمادة (1/41) من قانون التجارة الأردني الذي يعرفه بأنه " يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه". كما أنه ومن خلال الواقع العملي في وزارة الصناعة والتجارة فإن كلمة "اسمها" الواردة في متن المواد سالفة الذكر تدل على ما يعرف في وزارة الصناعة والتجارة بـ"اسم الهيئة المعنوي" وهو مصطلح متعارف عليه في الوزارة وبين المراجعين، حيث درجت العادة في الوزارة على استعمال هذه العبارة ذلك أن المراجعين عند الحديث عن العنوان التجاري ينصرف ذهنهم إلى المكان الذي توجد فيه الشركة. ويتكون اسم الهيئة المعنوي من الاسم الحقيقي للتاجر بالإضافة إلى تسمية مبتكرة للشركة. وهذا يوصلنا في النهاية إلى أن اسم الهيئة المعنوي المتعارف عليه في الوزارة محصور بالخيار الثالث للتاجر عند اختياره اسمه التجاري الذي سبق وأشرنا إليه في تعريف الاسم التجاري.

2. كما أنه لا يجوز أن يظهر في الاسم التجاري للشركة "ذ.م.م" أسماء الشركاء فيها أو اسم بعضهم أو اسم أحدهم، ذلك لأن إدراج اسم شريك أو أكثر في الاسم التجاري

لهذه الشركة، قد يدفع الغير اللذين يتعاملون معها إلى الاعتقاد بأن ذلك الشريك الذي أُدرج اسمه في الاسم التجاري لهذه الشركة مسئولٌ عن التزاماتها وديونها في جميع أمواله، في حين أن مسؤوليته في واقع الحال محدودة بمقدار مساهمته في رأس مالها فحسب[1].

ومع ذلك يجوز إدراج اسم أحد الشركاء أو بعضهم في اسم الشركة ذات المسؤولية المحدودة – وذلك على سبيل الاستثناء – في حالة ما إذا كانت غاية الشركة استثمار براءة اختراع مسجلة[2] باسم ذلك الشريك أو أولئك الشركاء[3].

2.2.1.1.2 الاسم التجاري لشركة التوصية بالأسهم[4]

تنص المادة (79) من قانون الشركات على أنه" يتكون اسم شركة التوصية بالأسهم من اسم واحد أو أكثر من الشركاء المتضامنين، على أن تضاف إليه عبارة "شركة توصية بالأسهم" وما يدل على غاياتها، ولا يجوز أن يذكر اسم الشريك المساهم في اسم الشركة، فإذا ذكر اسمه مع علمه بذلك اعتبر شريكاً متضامناً في مواجهة الغير حسن النية"، هناك من يرى[5]، أن الاسم التجاري لشركة التوصية بالأسهم يتكون من اسم احد الشركاء أو أسماء بعضهم، ولا بد أن يكونوا من الشركاء المتضامنين فيها على أن يتبع ذلك عبارة شركة توصية بالأسهم فيقال شركة "مروان" شركة توصية بالأسهم، ولا يجوز أن يذكر اسم الشريك المساهم في الاسم التجاري لشركة التوصية

---

(1) د.فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، الجزء الرابع،دار الثقافة، عمان 1997، ص48.

(2) ينظم براءة الإختراع في الأردن قانون براءات الإختراع رقم (32) لسنة 1999 وتعديله لسنة 2001.

(3) د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص204.

(4) تتألف شركة التوصية بالأسهم من فئتين من الشركاء هما: شركاء متضامنون لا يقل عددهم عن اثنين يسألون في أموالهم الخاصة عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها. وشركاء مساهمون لا يقل عددهم عن ثلاثة، ويسأل كل شريك منهم بمقدار مساهمته عن ديون الشركة والتزاماتها. ولا يجوز أن يقل رأس مالها عن مائة الف دينار. انظر المادتان (77 و 78/أ) من قانون الشركات.

(5) د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص205.

بالأسهم، فإذا أدرج اسم الشريك المساهم في الاسم التجاري لشركة التوصية بالأسهم اعتبر -عندئذ- شريكاً متضامناً في مواجهة الغير ذي النية الحسنة. أي تصبح مسؤوليته أمام دائني الشركة غير محدودة مثله مثل الشريك المتضامن. إلا أن قانون الشركات عندما أورد نص المادة (79) منه، وضع عبارة (عنوان الشركة) في مقدمتها، وإن المقصود من مصطلح (اسم شركة التوصية) هو ليس اسمها التجاري وإنما اسم الهيئة المعنوي سابق الذكر. كما أننا لا نستطيع أن نتحدث عن عنوان تجاري بمعزل عن الأسماء الحقيقية للشركاء فيها.

3.2.1.1.2 الاسم التجاري للشركة المساهمة العامة المحدودة[1]

تنص المادة (90/ج) من قانون الشركات الأردني، على أنه "تستمد الشركة المساهمة العامة اسمها من غاياتها، على أن تتبعه أينما ورد عبارة "شركة مساهمة عامة محدودة" ولا يجوز أن تكون باسم شخص طبيعي إلا إذا كانت غاية الشركة استثمار براءة اختراع مسجلة بصورة قانونية باسم ذلك الشخص.

لذا، فإن الاسم التجاري للشركة المساهمة العامة المحدودة يستمد من غاياتها على أن تتبعه أينما ورد عبارة "شركة مساهمة عامة محدودة"[2]. مثال ذلك (شركة بنك الأردن المساهمة العامة).

فإذا كانت غايات الشركة ممارسة أعمال التأمين، كما هو الحال في "شركة العرب للتأمين: شركة مساهمة عامة محدودة"، وإذا كانت غايات الشركة ممارسة أعمال

---

(1) "تتألف الشركة المساهمة العامة من عدد من المؤسسين لا يقل عن اثنين يكتتبون فيها باسهم قابلة للإدراج في أسواق للأوراق المالية وللتداول والتحويل وفقاً لأحكام هذا القانون وأي تشريعات أخرى معمول بها" انظر المادة (90/أ) من قانون الشركات الأردني. أما بالنسبة للذمة المالية للشركة فقد نصت المادة (91) من القانون نفسه على أنه " تعتبر الذمة المالية للشركة المساهمة العامة مستقلة عن الذمة المالية لكل مساهم فيها، وتكون الشركة بموجوداتها وأموالها مسؤولة عن الديون والإلتزامات المترتبة عليها ولا يكون المساهم مسؤولاً تجاه الشركة عن تلك الديون والالتزامات إلا بمقدار الأسهم التي يملكها في الشركة.

(2) انظر المادة (90/ج) من قانون الشركات لسنة 1997.

البنوك، فيقال: " البنك العربي: شركة مساهمة عامة محدودة"، وهكذا، مع الأخذ بعين الاعتبار أنه يجب على الشركة المساهمة العامة المحدودة إدراج اسمها ومقدار رأس مالها في جميع الأوراق والمطبوعات التي تستخدمها في أعمالها وفي العقود التي تبرمها[1].

والأصل أنه لا يجوز أن تكون الشركة المساهمة العامة المحدودة باسم شخص طبيعي، إلا أنه يجوز -على سبيل الاستثناء- أن يكون الاسم التجاري، للشركة المساهمة العامة المحدودة، مستمداً من اسم شخص طبيعي، متى كانت غاية الشركة استثمار براءة اختراع مسجلة قانوناً باسم هذا الشخص[2]. وهذا يتناقض مع العبارة التي وردت في مقدمة المادة (90) من قانون الشركات وهي (تأسيس الشركة المساهمة العامة وعنوانها ومدتها). وإننا نرى ضرورة تعديل هذه العبارة والاستعاضة عن مصطلح (عنوانها) بمصطلح (اسمها التجاري). حيث أن الشركة المساهمة العامة هي من شركات الأموال التي تقوم على الاعتبار المالي لحجم رأسمالها بصرف النظر عن الأشخاص الشركاء فيها[3].

ولا يجوز للشركة المساهمة العامة المحدودة -ولا لغيرها من الشركات- أن تتخذ اسماً لها مطابقاً أو مشابهاً إلى درجة قد تؤدي إلى اللبس أو الغش لاسم سبق تسجيله لشركة أخرى[4]. وللشركة المساهمة العامة المحدودة أن تغير اسمها التجاري بناءاً على قرار من الهيئة العامة غير العادية[5]، ويلزم لإقرار تغيير الاسم التجاري الجديد للشركة، أن تتم الموافقة عليه من قبل وزير الصناعة والتجارة بناءً على تنسيب من مراقب الشركات، ثم لا بد من نشره وفقاً للأصول المقررة بهذا الصدد[6]، ولا

---

(1) راجع د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص206.

(2) انظر المادة (90/ج) من قانون الشركات لسنة 1997.

(3) انظر الحاشية رقم (4) صفحة (7).

(4) انظر المادة (5) من قانون الشركات الأردني.

(5) انظر المادة (175) من قانون الشركات .

(6) انظر المادة (175/ج) من قانون الشركات.

يترتب على تغيير اسم الشركة أي مساس بحقوقها أو التزاماتها، أو أي مساس بالإجراءات القانونية التي اتخذتها أو اتخذت ضدها[1].

4.2.1.1.2 الاسم التجاري للشركة المساهمة الخاصة[2]

تنص المادة (65/ج) مكرر على أنه " يجب ألا يتعارض اسم الشركة مع غاياتها على أن تتبعه عبارة (شركة مساهمة خاصة محدودة) ويجوز أن يكون باسم شخص طبيعي إذا كانت غاية الشركة استثمار براءة اختراع مسجلة بصورة قانونية باسم ذلك الشخص".

يتضح لنا من هذا النص أن الشركة المساهمة الخاصة تستمد اسمها من غاياتها على أن تتبعه عبارة (شركة مساهمة خاصة محدودة). كما أنه لا يجوز أن يتكون اسم الشركة من اسم شخص طبيعي إلا إذا كانت غاية الشركة استثمار براءة اختراع مسجلة بصورة قانونية باسم ذلك الشخص.

5.2.1.1.2 الاسم التجاري لشركة الشخص الواحد[3]

من المعلوم أن الشركة -أي شركة ما عدا شركة الشخص الواحد- عقد يلتزم بمقتضاه شخصان أو أكثر بأن يساهم كل منهم في مشروع مالي، بتقديم حصته من مال

---

(1) راجع د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص207.

(2) تتألف الشركة المساهمة الخاصة من شخصين أو أكثر ويجوز للوزير بناء على تنسيب مبرر من المراقب الموافقة على تسجيل شركة مساهمة خاصة مؤلفة من شخص واحد أو أن يصبح عدد مساهميها شخصاً واحداً. انظر المادة (65/أ) مكرر. وتعتبر الذمة المالية للشركة المساهمة الخاصة مستقلة عن الذمة المالية لكل مساهم فيها وتكون الشركة بأموالها وموجوداتها هي وحدها المسؤولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها ولا يكون المساهم مسؤولا تجاه الشركة عن تلك الديون والالتزامات إلا بمقدار مساهمته في رأسمال الشركة. انظر المادة (65/ب) مكرر.

(3) إن شركة الشخص الواحد هي الشركة المؤلفة من شريط واحد طبيعياً كان أو معنوياً ويكون لهذه الشركة ذمة مالية مستقلة عن الذمة المالية للشريك وقد تؤسس هذه الشركة ابتداءً من شريك واحد وقد تؤول إلى شركة من شريك واحد جراء بقاء شريك واحد فيها، ولذلك فإن شركة الشخص الواحد تعد استثناءً على الأصل الذي يقضي بوجود شريكين على الأقل لقيام أي شركة. انظر في ذلك أكثر تفصيلاً لدى د. عبدالله الخشروم، بحث بعنوان شركة الشخص الواحد في قانون الشركات الأردني لسنة 1997، والقوانين المعدلة له لسنة 2002، دراسة مقارنة، بحث مقبول للنشر في مجلة المنارة / جامعة آل البيت، ص6.

أو عمل لاستثمار ذلك المشروع، واقتسام ما قد ينشأ عنه من ربح أو خسارة[1].

وهذا يعني أن الشركة -أي شركة، باستثناء شركة التوصية بالأسهم- لا بد من وجود شخصين فيها على الأقل. وقد أخذ قانون الشركات الأردني بهذا المفهوم[2]، بدليل المادة (9/أ)[3] والمادة (41)[4] والمادة (49/أ)[5] والمادة (53/أ)[6] والمادة (77)[7]

---

(1) المادة (582) من القانون المدني الأردني، وانظر المذكرات الإيضاحية للقانون المدني الأردني، الجزء الثاني، الطبعة الثانية، مطبعة التوفيق، عمان، 1985، ص532.

(2) مع الأخذ بالاعتبار أن القانون الأردني قد أجاز للحكومة تحويل أي مؤسسة أو سلطة أو مؤسسة عامة إلى شركة مساهمة عامة وامتلاك كامل أسهمها من قبل الحكومة منفردة، بناء على قرار من مجلس الوزراء بتنسيب من الوزير صاحب العلاقة، وهي حالة يتيمة، ورد النص عليها في المادة (8/أ) من قانون الشركات والتي جاء بها " يجوز بقرار من مجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير ووزير المالية والوزير المختص تحويل أي مؤسسة أو سلطة أو هيئة رسمية عامة إلى شركة مساهمة عامة تعمل وفق الأسس التجارية وتمتلك الحكومة كامل أسهمها باستثناء المؤسسة أو السلطة أو الهيئة العامة التي أنشئت بموجب قانون خاص بها فيتوجب تعديل القانون الخاص بها قبل تحويلها إلى شركة مساهمة عامة بموجب أحكام هذه المادة".

(3) والتي تنص على أن " تتألف شركة التضامن من عدد من الأشخاص الطبيعيين لا يقل عن اثنين، ولا يزيد على عشرين، إلا إذا طرأت الزيادة على ذلك نتيجة للإرث، على أن تراعى في هذه الزيادة أحكام المادتين (10 و30) من هذا القانون".

(4) والتي تنص على أن " تتألف شركة التوصية البسيطة من الفئتين التاليتين من الشركاء وتدرج وجوباً أسماء الشركاء في كل منهما في عقد الشركة:

أ- الشركاء المتضامنون: وهم الذين يتولون إدارة الشركة وممارسة أعمالها، ويكونون مسئولين بالتضامن والتكافل عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها في أموالهم الخاصة.

ب- الشركاء الموصون: ويشاركون في رأس مال الشركة دون أن يحق لهم ادارة الشركة أو ممارسة اعمالها، ويكون كل منهم مسؤولاً عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها بمقدار حصته في رأس مال الشركة".

(5) والتي تنص على أن " شركة المحاصة شركة تجارية تنعقد بين شخصين أو أكثر، ويمارس اعمالها شريك ظاهر يتعامل مع الغير، بحيث تكون الشركة مقتصرة على العلاقة الخاصة بين الشركاء، على أنه يجوز إثبات الشركة بين الشركاء بجميع طرق الإثبات".

(6) والتي تنص على أن" تتألف الشركة ذات المسؤولية المحدودة من شخصين أو أكثر، وتكون مسؤولية الشريك فيها عن ديونها والالتزامات المترتبة عليها وخسائرها بمقدار حصته في رأس مالها".

(7) والتي تنص على أن " تتألف شركة التوصية بالأسهم من فئتين من الشركاء هما:

أ- شركاء متضامنون: لا يقل عددهم عن اثنين يسألون في أموالهم الخاصة عن ديون الشركة والالتزامات المترتبة عليها.

والمادة (90/أ)[1] إذ تقضي نصوص المواد المذكورة بضرورة وجود شخصين على الأقل لقيام أية شركة[2].

ومع ذلك فإنه من الجدير بالذكر أن قانون الشركات الأردني لسنة (1997) استحدث شركة الشخص الواحد في إطار الشركة ذات المسؤولية المحدودة، عندما أجاز لوزير الصناعة والتجارة بتنسيب من مراقب الشركات الموافقة على تسجيل شركة ذات مسؤولية محدودة مؤلفة من شخص واحد (المادة 53/ب). إلا أن هذه المادة عدلت بموجب القانون المؤقت رقم (40) لسنة (2002)[3] بحيث أصبح يجوز لمراقب الشركات الموافقة على تسجيل شركة ذات مسؤولية محدودة تتألف من شخص واحد، أو أن تصبح مملوكة لشخص واحد.

وأجازت المادة (90/ب) بموجب القانون المعدل لقانون الشركات رقم (40) لسنة (2002) استمرار الشركة المساهمة العامة بمساهم واحد، وذلك في حالة شراءه كامل أسهمها، كما أجازت المادة (65) مكرر من القانون المعدل لقانون الشركات رقم (4) لسنة (2002)[4] تسجيل شركة مساهمة خاصة[5]، مؤلفة من شخص واحد أو أن يصبح

ب- شركاء مساهمون: لا يقل عددهم عن ثلاثة، ويسأل كل شريك منهم بمقدار مساهمته عن ديون الشركة والتزاماتها".

[1] والتي تنص على أن " تتألف الشركة المساهمة العامة من عدد من المؤسسين لا يقل عن اثنين يكتتبون فيها باسهم قابلة للإدراج في أسواق الأوراق المالية وللتداول والتحويل وفقا لاحكام هذا القانون وأي تشريعات أخرى معمول بها".

[2] باستثناء شركة التوصية بالاسهم، التي يلزم أن يكون عدد الشركاء فيها خمسة شركاء على الأقل، اثنين متضامنون وثلاثة مساهمون، المادة (77) من قانون الشركات الاردني، وباستثناء شركة المساهمة العامة أيضاً التي يلزم أن لا يقل اعضاء مجلس ادارتها عن ثلاثة على الأقل المادة (132) من قانون الشركات الأردني.

[3] منشور في الجريدة الرسمية، العدد 4506، بتاريخ 2002/7/16، ص3319.

[4] منشور في الجريدة الرسمية، العدد 4533، بتاريخ 2002/2/17، ص373.

[5] الشركة المساهمة الخاصة هي شركة تتألف من شخصين أو أكثر ولا يكون المساهم مسؤولاً عن ديون الشركة والتزاماتها إلا بمقدار مساهمته في رأسمال الشركة، ويجوز لهذه الشركة ادراج وتبادل أوراقها المالية في السوق المالي، كما أن الحد الأدنى لرأسمال هذه الشركة خمسون ألف دينار أردني (المادتان 65 و 66 مكرر) من قانون الشركات الأردني.

عدد مساهميها شخصاً واحداً، وذلك بناءً على تنسيب مبرر من مراقب الشركات، وبما أن قانون الشركات الأردني لم يفرد لشركة الشخص الواحد تنظيماً قانونياً مستقلاً، مكتفياً بنص المادة (53/ب) والذي سمح بموجبه تسجيل هذه الشركة ابتداءً في إطار شركة ذات مسؤولية محدودة أو أن يجيز استمرار هذه الشركة رغم اقتصارها على شريك وحيد، وبنص المادة (65) مكرر من القانون المعدل لقانون الشركات بخصوص الشركة المساهمة الخاصة، فإن هذا يعني اتجاه نية المشرع نحو تطبيق النصوص القانونية الخاصة بالشركة ذات المسؤولية المحدودة (المواد 35-76) من قانون الشركات على شركة الشخص الواحد في إطار الشركة ذات المسؤولية المحدودة، والنصوص القانونية المتعلقة بالشركة المساهمة العامة (المادة 90 وما بعدها) على شركة الشخص الواحد في إطار الشركة المساهمة العامة، والنصوص القانونية المتعلقة بالشركة المساهمة الخاصة (المواد 65-89) مكرر من القانون المعدل لقانون الشركات على شركة الشخص الواحد في إطار الشركة المساهمة الخاصة ما عدا تلك النصوص التي لا تستقيم مع فكرة الشريك الواحد على الرغم من عدم ذكر ذلك صراحةً في كل من المواد (53/ب) و (65) مكرر و (90/ب) من قانون الشركات.

وأمام الاستثناء القانوني المشار إليه فإن قانون الشركات الأردني، لم يتعرض لموضوع اسم شركة الشخص الواحد ولم يعطِ لهذا الأمر حكماً، إذ سكت عن هذه المسألة. ومع ذلك فإنه يمكن القول أنه يجب تبيان الحقيقة الواقعية لهذه الشركة، بأن يظهر في اسمها أن هذه الشركة مكونة من شخص واحد فقط، وأن مسئوليتها محدودة بمقدار رأس مالها فقط. وعليه، يتعين أن يتكون اسم شركة الشخص الواحد من اسم مؤسسها (مالكها)، بالإضافة إلى عبارة مشتقه من غاياتها، متبوعة بعبارة ذات مسؤولية محدودة[1]، أو شركة مساهمة عامة أو شركة مساهمة خاصة على وجه الإلزام.

وإننا نرى أنه استثناءً، يجب أن يظهر اسم مؤسس شركة الشخص الواحد سواء في إطار الشركة ذات المسؤولية المحدودة أو شركة المساهمة الخاصة أو المساهمة

---

[1] راجع د.صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص 209-211.

العامة حتى يكون اسم الشركة نافياً لأي جهالة بشأن حقيقتها، مع استعماله على جميع وثائقها ومستنداتها وكل ما يصدر عنها من مطبوعات، حتى لا يقع الغير في لبس أو غلط حول طبيعتها المتمثلة في أنها مملوكة لشخص واحد، ومسؤوليتها محدودة بمقدار رأس مالها فقط.

3.1.1.2 الطبيعة القانونية لحق ملكية الأسماء التجارية

يقسم القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976)[1] الحق المالي[2] إلى:

1. حق شخصي: وهو رابطة قانونية بين دائن ومدين يطالب بمقتضاها الدائن مدينه بنقل حق عيني أو القيام بعمل أو الامتناع عن عمل[3].
2. حق عيني: وهو سلطة مباشرة على شيء معين يعطيها القانون لشخص معين[4].
3. حق معنوي: وهي التي ترد على شيء غير مادي[5].

لقد سبق الإشارة إلى أن الحقوق المالية تقسم إلى حقوق عينية وحقوق شخصية وحقوق معنوية، وإن حقوق الملكية الفكرية بشكل عام ومنها حقوق الملكية الصناعية والتجارية هي من ضمن الحقوق المعنوية[6]، وذلك للأسباب التالية:

---

(1) منشور في الجريدة الرسمية، العدد (2645)، تاريخ (1976/08/01)، ص2.

(2) المادة (67) من القانون المدني الأردني.

(3) المادة (68) من القانون المدني الأردني.

(4) المادة (1/69) من القانون المدني الأردني.

(5) المادة (1/71) من القانون المدني الأردني.

(6) وقد أشارت المادة (2/71) من القانون المدني الأردني إلى إتباع أحكام القوانين الخاصة بشأن حقوق المؤلف، المخترع، الفنان، والعلامة التجارية وسائر الحقوق المعنوية الأخرى. ويطلق على هذه الحقوق مجتمعة حقوق الملكية الفكرية، والتي تشمل حقوق المؤلف والحقوق المجاورة من جهة، وحقوق الملكية الصناعية والتجارية من جهة أخرى، والتي تضم الأسماء التجارية والعلامات التجارية وبراءة الاختراع، والرسم الصناعي وغيرها من الحقوق، كما يمكن تقسيم حقوق الملكية الصناعية والتجارية إلى حقوق ملكية صناعية وهي براءات الاختراع والرسوم الصناعية والنماذج الصناعية، وحقوق ملكية تجارية وهي: العلامات التجارية والأسماء

1. أن هذه الحقوق هي ثمرات العقل ومنصبة على عناصر معنوية ومتعلقة بعنصر الزبائن أو العملاء.
2. لا تعتبر هذه الحقوق من (الحقوق الشخصية أو العينية)، وإن كان فيها شبه من هذين النوعين من الحقوق، فهو يشبه الحق العيني من حيث أنه لا يوجد فيه وسيط بين صاحب الحق والشيء الذي يقع عليه الحق، ويختلف عنه حيث أن الحق على الاسم التجاري يرد على شيء غير مادي.

2.1.2 أهمية الاسم التجاري

تبرز أهمية الاسم التجاري من خلال الوظائف التي يقدمها، فالوظيفة الأساسية للاسم التجاري هي تمييز المحل التجاري عن نظائره من المحال فهو الاسم الذي يباشر فيه التاجر تجارته، وقد يستخدم للتوقيع به على العقود التي يبرمها التاجر. وقد يؤدي الاسم التجاري دور وسائل الدعاية والإعلان، كما أنه قد يكون ضمن الحصص غير النقدية في الشركات، وكما أنه يمكن للاسم التجاري أن يؤدي وظيفة العنوان التجاري إذا اشتمل على الاسم المدني للتاجر الذي يستعمله، فإنه قد يستخدم علامة تجارية لتمييز السلع التي يبيعها أو ينتجها المحل التجاري، فلا يوجد ما يمنع من أن يستخدم على المنتج.

أولاً: إن الوظيفة الأساسية للاسم التجاري هي تمييز المحل التجاري من غيره من المحال التجارية المماثلة أو المشابهة حتى يسهل التعرف عليه من العملاء الذين يفضلونه ولعدم الخلط بينه وبين غيره من المحلات التجارية الأخرى المنافسة[1].

التجارية والبيانات أو المؤشرات الجغرافية والتصميمات التخطيطية (الرسومات الطبوغرافية) للدوائر المتكاملة والمنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

انظر: د. عبد الله الخشروم، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية، دار وائل، ط1، 2005، ص10.

[1] د. سميحة القليوبي، تأجير استغلال المحل التجاري، دار النهضة العربية، القاهرة، 1987، ص37.

وتعتبر هذه الوظيفة من أهم ما تؤديه الأسماء التجارية، إذ يصبح الاسم التجاري علماً للمحل التجاري فيشتهر به، وتعرف بذكره بضائعه[1]، ومرشداً للزبائن والتفافهم حوله، كلما ذاعت شهرة المحل التجاري بجودة البضائع التي يقوم بإنتاجها أو بيعها أو الخدمات التي يقدمها، لأن الاسم يعبر عن ذاتية المحل التجاري، وينبئ عن جميع ميزاته وخصائصه، لذلك يقوم أصحاب المحال التجارية بوضع لافتة على واجهات محالهم مكتوبة بشكل واضح وبارز ومحاطة بالنشرات الضوئية لجذب أنظار زبائنهم إليها[2].

ثانياً: قد يستخدم الاسم التجاري للتوقيع به على التعهدات والعقود وذلك بغية الدلالة على أن التصرفات التي يقوم بها التاجر تتعلق بالنشاط التجاري للتاجر وليست متعلقة بحياته الخاصة[3].

ثالثاً: قد يستخدم الاسم التجاري وسيلة للدعاية والإعلان حيث يمكن للاسم التجاري أن يصل إلى جمهور المستهلكين من خلال وسائل الإعلام المختلفة[4]، وبذلك فهو يلعب دوراً مهماً ومؤثراً في تمييز المحل التجاري ومن ثم يساعد على ترويج المنتجات والسلع والخدمات. ويعد من المكونات الأساسية للإعلان الناجح إذ يسهل التعرف على المحل التجاري وذكر الخدمة والسلعة المعلن عنها عند الشراء ولفت أنظار المستهلك خاصة عندما يكون الاسم التجاري بسيطاً وسهل الفهم والنطق وقريباً من مواصفات السلعة أو الخدمة المقدمة من قبل المحل المنوه به[5].

---

(1) د. كامل أمين ملش، الشركات تأسيسها وإدارتها وانقضائها وإفلاسها، مطابع دار الكتاب العربي، مصر، 1957، ص80.

(2) د. سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص394. وكذلك د. نوري طالباني، القانون التجاري، ص278.ود. فوزي سامي، مبادئ القانون التجاري، ص79.

(3) د. عبد الفضل محمد احمد، القانون التجاري والأعمال التجارية، الملكية التجارية والصناعية، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، مصر، 1986، ص222.

(4) د. باسم محمد صالح، القانون التجاري، القسم الأول، ط2، بغداد، ص136. ود. لطيف جبر كوماني ود. علي الرفيعي، القانون التجاري، 2000، ص192.

(5) د. بشير عباس العلاق، على محمد ربابعة، الترويج والإعلان، ط1، 1998، عمان، ص371.

رابعاً: هناك من يرى[1]، جواز أن يكون الاسم التجاري ضمن الحصص غير النقدية في الشركات حيث أن الشريك مقدم الاسم التجاري كحصة ملزمٌ بتحمل الأعباء المالية للشركة فهو يستحق مقابلها حصة من أرباح الشركة مقابل تنازله عن اسمه التجاري، فهو بذلك يساهم باسمه التجاري مقابل كسب الشركة له، وبالتالي يمكن أن تكون حصة الشريك عقاراً أو منقولاً مادياً أو معنوياً أو ديوناً له في ذمة الغير أو محلاً تجارياً أو اسماً تجارياً أو براءة اختراع...الخ.

خامساً: قد يؤدي الاسم التجاري وظيفة العنوان التجاري، حيث أن بعض التشريعات كقانون الأسماء التجارية المصري رقم (34) لسنة (1976)، استعملت الاسم التجاري والعنوان التجاري بشكل مترادف، حيث تنص المادة (5) منه على أنه " يكون عنوان شركة التضامن اسما تجارياً لها.... ويكون عنوان شركات التوصية البسيطة والتوصية بالأسهم وعنوان أو اسم الشركات ذات المسؤولية المحدودة اسماً تجارياً لها". كما تنص المادة (7) من القانون نفسه على أن " يكون عنوان الشركة المساهمة اسماً تجارياً لها أو تسمية خاصة بها"[2]. كما تنص المادة (2/10) من قانون الشركات الأردني على أن "لشركة التضامن أن تتخذ لها اسماً تجارياً خاصاً على أن يقترن هذا الاسم التجاري بالعنوان الذي سجلت به الشركة وأن يدرج في الوثائق والمستندات التي تصدر عنها أو تتعامل بها في مراسلاتها". وأجازت المادة (2) من قانون الأسماء التجارية السابق تفصيلها أن يتكون الاسم التجاري من الاسم المدني للتاجر، وبالتالي يكون مميزاً للتاجر وللمحل التجاري في آن واحد.

سادساً: قد يستخدم الاسم التجاري نفسه علامة تجارية لتمييز السلع التي يبيعها أو ينتجها أو الخدمة التي يقدمها المحل التجاري، وقد عُدّت الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً

---

(1) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص29.

(2) د . عبد الفضيل محمد احمد، القانون التجاري والأعمال التجارية، الملكية التجارية والصناعية، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، مصر، 1986، ص221. د. ثروت عبد الرحيم، الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية، ط1، 1987، ص169.

علامات تجارية، وذلك في حالة توفر الشروط المقررة لهذه العلامة عندما يتخذ في مظهره شكلاً مميزاً كأن تتم كتابة حروفه بشكل هندسي معين أو على شكل مربع أو مستطيل أو دائري أو مثمن وكتابته بالخط الكوفي ... الخ، وبذلك يقوم الاسم التجاري في الوقت ذاته بتمييز المحل التجاري عن غيره من المحلات المماثلة في نوع التجارة، وتمييز منتجات أو خدمات المحل التجاري عن غيره من المحلات الأخرى[1].

3.1.2 تمييز الاسم التجاري عما يختلط به من بعض عناصر المحل التجاري المعنوية

بالرجوع إلى المادة (5) بفقراتها (أ،ب،ج،د) من قانون الأسماء التجارية الأردني، نجدها لا تجيز تسجيل الاسم التجاري إذا كان مَطابقاً أو مشابهاً لاسم تجاري أو عنوان تجاري أو علامة تجارية، للنوع ذاته من التجارة أو لنوع مشابه قد يثير اللبس لدى الجمهور. فمن هنا ارتأينا ضرورة التمييز بين الاسم التجاري وكل من العنوان التجاري والعلامة التجارية.

1.3.1.2 التمييز بين الاسم التجاري والعنوان التجاري

إن الاسم التجاري هو غير العنوان التجاري، وكل منهما له أحكام[2]. نظم مشرعنا الأردني الأحكام الخاصة بالعنوان التجاري، ضمن الباب الرابع من قانون التجارة في المواد (40-50) بينما نظم الأحكام الخاصة بالاسم التجاري ضمن قانون

---

(1) د. عبد الفضيل محمد احمد، المرجع السابق، ص221. د. سميحة القليوبي، الموجز في القانون التجاري، ط1، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1972، ص327. د. الياس ناصيف، الموسوعة التجارية الشاملة، ج2، المؤسسة التجارية طبعة مزيدة ومنقحة، عويدات للطباعة والنشر، بيروت، 1999، ص232، د. مصطفى كمال طه، القانون التجاري المصري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 1990، ص 611.

(2) انظر قرار محكمة تمييز حقوق رقم 1999/1302، تاريخ 2000/3/12، المجلة القضائية، سنة 2000، ص74.

الأسماء التجارية، ويترتب على هذا أن تسجيل أي اسم تجاري يتم بمقتضى قانون التجارة لا يكسب من طلب تسجيل الاسم الحق بهذا الاسم[1].

وقد نصت المادة (1/41) من قانون التجارة على أن المقصود بالعنوان التجاري:-

"1- يتألف العنوان التجاري من اسم التاجر ولقبه.

2- يجب أن يختلف العنوان بوضوح عن العناوين المسجلة قبلاً.

3- للتاجر أن يضيف ما يشاء إلى عنوانه التجاري بشرط أن لا تحمل هذه الإضافة الغير على فهم خاطئ فيما يتعلق بهويته، أو بأهمية تجارته وسمعتها أو بوضعه المالي أو بوجود شركة أو بنوعيها".

وبالرجوع إلى قرار ديوان تفسير القوانين رقم (10) لسنة 1970 والذي صدر للإجابة على تساؤلات من بينها " هل أن العنوان التجاري المنصوص عليه في قانون التجارة هو نفس الاسم التجاري المنصوص عليه في قانون الأسماء التجارية ؟.

يتبين لنا أن العنوان التجاري الذي يتوجب تسجيله بمقتضى أحكام المادة (40) وما بعدها من قانون التجارة هو العنوان الذي يتألف من الاسم الحقيقي أو اللقب الحقيقي للتاجر، مع أية إضافة لا تحمل الغير على فهم خاطئ فيما يتعلق بهوية التاجر، كما هو واضح من نص المادة (41) من هذا القانون. أما الاسم التجاري فإنه حسب نص المادة (2) من قانون الأسماء التجارية قد يتكون من تسمية مبتكرة أو من اسم الشخص أو لقبه أو منها جميعاً مع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه.

وقد سبق وأوضحنا أن المشرع الأردني لا زال يخلط بين الاسم التجاري والعنوان التجاري في قانون الشركات والذي تجاوزه في قانون الأسماء التجارية.

يتبين لنا مما سبق أن الاسم التجاري يتخذ لتمييز المحل التجاري عن غيره، أما العنوان التجاري فهو لتمييز التاجر عن غيره من التجار. فالعنوان التجاري ينصرف

---

[1] قرار ديوان تفسير القوانين الأردني رقم 10 لسنة 1970، منشور في الجريدة الرسمية بتاريخ 1970/5/1 العدد 2239، ص721.

إلى شخص التاجر أما الاسم التجاري فينصرف إلى تمييز المحل التجاري أو الشركة عن غيرها[1].

أوجبت المادة (1/40) من قانون التجارة على كل تاجر أن يجري معاملاته التجارية ويوقع أوراقه المتعلقة بتجارته باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري. بينما تركت المادة (14/أ) من قانون الأسماء التجارية للتاجر الخيار بين استعماله اسماً تجارياً من عدمه.

وينشأ حق التاجر على عنوانه التجاري بمجرد تسجيله وذلك بموجب المادة (2/41) من قانون التجارة التي تشترط على التاجر أن يكون عنوانه التجاري يختلف بوضوح عن العناوين المسجلة قبلاً. وكذلك الأمر بالنسبة لحق التاجر على اسمه التجاري، فإنه ينشأ له الحق بمجرد قيد هذا الاسم في السجل الخاص بالأسماء التجارية، المادة (7/ج) من قانون الأسماء التجارية.

ترتبط الحماية القانونية للعنوان التجاري بقيده في السجل التجاري في المركز الذي يريد حمايته فيه إذ تنص المادة (1/35) من قانون التجارة الأردني على ما يلي:- " البيانات المسجلة سواء كانت اختيارية أم إجبارية تعتبر نافذة في حق الغير اعتباراً من تاريخ تسجيلها". ولما كان العنوان التجاري هو احد البيانات الإجبارية التي يجب على التاجر أن يسجلها في سجل التجارة خلال شهر من مباشرته التجارة، فإنه يخضع إلى هذه القاعدة وبالتالي لا يكون نافذاً بحق الغير إلا من تاريخ تسجيله. بينما لا يحول عدم تسجيل الاسم التجاري دون حق مالكه في الحماية المترتبة له بموجب أحكام المادة (11) من قانون الأسماء التجارية[2].

ومما يلاحظ على نص المادة (42) من قانون التجارة أنها جعلت حق التاجر على عنوانه التجاري حقاً نسبياً من حيث المكان، إذ يقيده القانون بمركز السجل

---

(1) د. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، عمان، ط1، 1993، ص165.

(2) انظر المادة (14/ج) من قانون الأسماء التجارية الأردني.

إلى شخص التاجر أما الاسم التجاري فينصرف إلى تمييز المحل التجاري أو الشركة عن غيرها[1].

أوجبت المادة (1/40) من قانون التجارة على كل تاجر أن يجري معاملاته التجارية ويوقع أوراقه المتعلقة بتجارته باسم معين يطلق عليه العنوان التجاري. بينما تركت المادة (14/أ) من قانون الأسماء التجارية للتاجر الخيار بين استعماله اسماً تجارياً من عدمه.

وينشأ حق التاجر على عنوانه التجاري بمجرد تسجيله وذلك بموجب المادة (2/41) من قانون التجارة التي تشترط على التاجر أن يكون عنوانه التجاري يختلف بوضوح عن العناوين المسجلة قبلاً. وكذلك الأمر بالنسبة لحق التاجر على اسمه التجاري، فإنه ينشأ له الحق بمجرد قيد هذا الاسم في السجل الخاص بالأسماء التجارية، المادة (7/ج) من قانون الأسماء التجارية.

ترتبط الحماية القانونية للعنوان التجاري بقيده في السجل التجاري في المركز الذي يريد حمايته فيه إذ تنص المادة (1/35) من قانون التجارة الأردني على ما يلي:- " البيانات المسجلة سواء كانت اختيارية أم إجبارية تعتبر نافذة في حق الغير اعتباراً من تاريخ تسجيلها". ولما كان العنوان التجاري هو احد البيانات الإجبارية التي يجب على التاجر أن يسجلها في سجل التجارة خلال شهر من مباشرته التجارة، فإنه يخضع إلى هذه القاعدة وبالتالي لا يكون نافذاً بحق الغير إلا من تاريخ تسجيله. بينما لا يحول عدم تسجيل الاسم التجاري دون حق مالكه في الحماية المترتبة له بموجب أحكام المادة (11) من قانون الأسماء التجارية[2].

ومما يلاحظ على نص المادة (42) من قانون التجارة أنها جعلت حق التاجر على عنوانه التجاري حقاً نسبياً من حيث المكان، إذ يقيده القانون بمركز السجل

---

[1] د. فوزي محمد سامي، شرح القانون التجاري، ج1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، عمان، ط1، 1993، ص165.

[2] انظر المادة (14/ج) من قانون الأسماء التجارية الأردني.

التجاري الذي تم فيه القيد، فإذا اتخذ أحد التجار عنوانه التجاري اسماً تجارياً لمحله التجاري الكائن في محافظة الكرك مثلاً وقام بتسجيله بمكتب السجل التجاري في محافظة الكرك فإن ذلك لا يمنع من يحمل ذات الاسم أن يسجله ويستعمله وفي ذات نوع التجارة في عمان أو اربد أو العقبة دون أن يكون ملزماً بأية إضافة[1]. كما يعتبر حق التاجر على اسمه التجاري حقاً نسبياً أيضاً من حيث نوع التجارة وزمان ممارستها، وهذا ما سنوضحه لاحقاً عند بحث شرط الجدة اللازم لتسجيل الاسم التجاري.

وتنص المادة (43) من قانون التجارة في فقرتها الأولى على أنه " لا يجوز فصل العنوان التجاري عن المتجر والتفرغ عنه مستقلاً عن المتجر". تؤكد هذه الفقرة أن العنوان التجاري لا يكون عنصراً معنوياً في المتجر[2]، إلا إذا اتخذه التاجر اسماً

---

[1] د. مصلح الطراونه، المرجع السابق، ص207.

[2] ذكرت المادة (2/38) من قانون التجارة عناصر المحل التجاري على سبيل المثال وذكر من بينها الاسم التجاري ولكنه لم يذكر العنوان التجاري، فهل يعقل أن يكون عدم ذكره للعنوان التجاري من بينها هو دليل على عدم اعتبار المشرع الأردني العنوان التجاري عنصراً من عناصر المحل التجاري؟

هناك من يرى من شراح القانون الأردني، وبشكل مطلق، أن العنوان التجاري يعد عنصراً معنوياً من عناصر المحل التجاري. وبالتالي يقومون بشرحه في معرض شرحهم للأحكام الخاصة بالمحل التجاري. غير أن هناك يرى، أن اعتبار مال ما، مادياً كان أو معنوياً، عنصراً من عناصر المحل التجاري، يعتمد على مدى كون هذا المال أو الحق المالي، لازماً لنوع المحل التجاري وطبيعته، وعلى مدى ارتباطه بالعنصر المعنوي الجوهري في المحل التجاري، وهو عنصر الزبائن. إذ لا يتصور قانوناً وجود متجر بدون زبائن، أما إذا كان الاسم التجاري هو غير العنوان التجاري كالمنقل العربي مثلاً؛ فإن العنوان التجاري هنا لا يعد عنصراً معنوياً من عناصر المحل التجاري، وليس له قيمة مالية ولا يجوز التصرف فيه لا مع المحل التجاري ولا بشكل مستقل عن المحل التجاري، لأنه لا يعدو أن يكون، مجرد عنصر ذاتي لا يدخل في العناصر التي يتكون منها المحل التجاري ولا شأن للمشتري به، فالاسم التجاري، في هذه الحالة، باعتباره رمزاً للمزايا العينية التي يقدمها المحل التجاري، هو وحده دالة الغير على المحل التجاري، ولا شأن للزبائن بصاحب المحل التجاري، إلا فيما ندر. أما الاسم التجاري فهو دالة الغير على محل التاجر سواء كان هذا التاجر فرداً أم شركة ويؤكد هذا قانون الشركات الأردني، حيث استخدم اصطلاح العنوان التجاري لكل من شركة التضامن في (م10)، وشركة التوصية البسيطة في (م42)، وشركة التوصية بالأسهم في (م79)، في حين استخدم اصطلاح اسم الشركة بالنسبة للشركة ذات المسؤولية المحدودة في (م55)، والشركة المساهمة العامة في (م90/ج). انظر في الرأي الأول، د. عزيز

تجارياً لذلك المتجر، ففي هذه الحالة فقط يكون الاسم التجاري قابلاً للتصرف فيه مع المتجر نفسه أو بدونه، حيث تنص المادة (8/أ) من قانون الأسماء التجارية على أنه يجوز التصرف في الاسم التجاري مستقلاً عن المحل التجاري: "يجوز نقل ملكية الاسم التجاري أو التنازل عنه أو رهنه أو الحجز عليه".

وهذا يعني أنه لا يجوز التصرف في العنوان التجاري المتخذ رمزاً للمحل التجاري مستقلاً عنه، والعكس يجوز التصرف في المحل التجاري دون العنوان التجاري الذي يرمز إليه، كما يجوز التصرف فيهما ولكن معاً.

أما في الحالة العكسية، أي في حالة التصرف في المحل التجاري دون عنوانه التجاري فإن الآثار المترتبة على هذا التصرف تكون كما نصّت عليه المادة (45) بقولها "لا يكون الشخص المفرغ له عن متجر دون العنوان التجاري مسئولا عن التزامات المتفرغ له ما لم يكن هنالك اتفاق مخالف سجل في سجل التجارة. وكان الأولى بالمشرع أن يضيف إلى ذلك عبارة " أو أخبر ذوو العلاقة به رسمياً" انسجاماً مع ما نصت عليه المادة (2/44).

وهذا يعني أن الأصل أن مشتري المحل التجاري مع عنوانه يخلف بائعهما في التزاماته وحقوقه الناشئة من تجارته بهما، إلا إذا اتفق الطرفان على خلاف ذلك وأحيط الدائنون والمدينون به علماً سواء في التسجيل في سجل التجارة أو بإخبارهم به شخصياً. والعكس بالعكس، أي أن الأصل أن مشتري المحل التجاري دون عنوانه لا يخلف البائع في التزامه، ومن باب أولى في حقوقه وإن لم ينص المشرع على ذلك صراحة، إلا إذا اتفق الطرفان على خلافه وأحيط الدائنون والمدينون علماً بذلك بالتسجيل في سجل التجارة (أو إخبارهم به رسمياً).

العكيلي، شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة، عمان، 1998، ص234، ود. عبدالقادر العطير، الوسيط في شرح القانون التجاري، الجزء الأول، دار الثقافة، عمان،1999، ص150 وما بعدها. وبالنسبة للرأي الثاني انظر د.مصلح الطراونه، الأحكام القانونية للعنوان التجاري والاسم التجاري في القانون الأردني، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 17، العدد (4)، ص202 وما بعدها.

وانسجاما مع هذه الأحكام، نصت الفقرتان (1،2) من المادة (46) من قانون التجارة على أنه:-

"1- على الشخص الذي تملك عنواناً تجارياً أن يضيف إليه ما يدل على استخلافه.

2- من وافق على استعمال عنوانه التجاري من قبل الشخص المفرغ له خلافاً لما ذكر يكون مسئولا عن الالتزامات التي عقدها الخلف بالعنوان المذكور".

ولكن الفقرة (3) من نفس المادة اشترطت في ذلك " أن لا يتمكن الدائنون من تحصيل حقوقهم من الخلف عند تنفيذ الحكم الصادر بحقه". بمعنى أن البائع يعتبر مسئولا هنا مسؤولية احتياطية أو ثانوية، بمثابة "الكفيل" الذي لا يجوز للدائنين الرجوع عليه إلا بعد رجوعهم على المشتري واستنفاذهم طرق التنفيذ عليه دون جدوى[1].

2.3.1.2 التمييز بين الاسم التجاري والعلامة التجارية

تخضع العلامات التجارية في الأردن لقانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952[2]، والقانون المعدل رقم (34) لسنة 1999[3]، وقد عرف المشرع العلامات التجارية بأنها "أي إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره"[4].

أما الأسماء التجارية وكما أوضحنا سابقاً، فإما أن تكون تسمية مبتكرة يختارها الشخص لتمييز محله عن غيره من المحلات، أو أن تتكون من اسم الشخص أو لقبه، أو منها جميعاً مع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه المحل التجاري[5].

---

(1) د. اكرم ياملكي، القانون التجاري، مكتبة دار الثقافة،عمان، 1998، ص175 وما بعدها.

(2) منشور في الجريدة الرسمية، العدد (1110)، تاريخ 1952/6/1، ص243

(3) منشور في الجريدة الرسمية، العدد (4389)، تاريخ 1999/11/1، ص4299.

(4) المادة الثانية من قانون العلامات التجارية.

(5) المادة الثانية من قانون الأسماء التجارية.

وقد عرفت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية العلامة التجارية المشهورة بأنها " العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية"، وفي هذا المجال يؤخذ على المشرع الأردني أنه لم يورد تعريفاً للاسم التجاري المشهور في قانون الأسماء التجارية على الرغم من أنه حضر تسجيل الأسماء التجارية المطابقة أو المشابهة لاسم تجاري مشهور أو لعلامة تجارية مشهورة[1]. فما هو المعيار الذي نعتمده لتحديد الاسم التجاري المشهور؟ في الحقيقة وإن كان المشرع قد عرف العلامة التجارية المشهورة إلا أن هذا التعريف لا يخلو من العيوب[2].

---

(1) الفقرة (د) من المادة (5) من قانون الأسماء التجارية.

(2) فيتضح لنا من خلال هذا التعريف أن المشرع الأردني لم يعطِ مفهوماً محدداً لمعنى الشهرة واكتفى بوضع معيار للقول بشهرة العلامة وجعل ذلك المعيار من شقين متلازمين هما: المعيار الأول: أن تكون العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية تجاوزت شهرتها حدود البلد الأصلي الذي سجلت فيه.

المعيار الثاني: أن تكون العلامة التجارية قد اكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية.

ولكن المشرع الأردني في تعريفه للعلامة التجارية المشهورة لم يكن دقيقاً، إذ أنه لم يحدد العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية، ولم يحدد لنا متى تكون العلامة التجارية مشهورة، ولم يحدد متى تكون العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية قد تجاوزت شهرتها البلد الأصلي التي سجلت فيه، وهناك إبهام وغموض حول المقصود بعبارة البلد الأصلي الذي سُجلت فيه، فهل هو بلد مالك العلامة التجارية أم البلد الذي له فيها مؤسسة صناعية أو تجارية.

وأما عن المعيار الثاني: فقد خلا بدوره من تحديد معنى الشهرة وكيفية اكتساب العلامة التجارية لتلك الشهرة، ومدى تلك الشهرة بالإضافة إلى عبارة القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية، فهل هو جمهور المتعاملين من تجار الجملة والمفرق بالمنتجات أو البضائع أو السلع أو الخدمات التي تحملها العلامة؟ أم جمهور المستهلكين من الناس للمنتجات أو البضائع أو السلع أو الخدمات التي تحملها تلك العلامة لأن القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية قد ينصرف إلى هؤلاء أو إلى أولئك كما قد ينصرف إلى كليهما معاً. انظر في ذلك د.عبدالله الخشروم، التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص 193.

وتأخذ العلامات التجارية صور عدة منها:- (الأسماء والإمضاءات والحروف والأرقام والرموز والرسوم والصور والأختام والنقوش والبطاقات والأغلفة والأشرطة والأشكال والألوان والكلمات أو خليط مما ذكر أو بعضاً منه)[1].

وتلعب العلامة التجارية دوراً فعالاً في تمييز بضائع أو خدمات المحل التجاري عن بضائع أو خدمات غيره من المحلات التجارية الأخرى[2]، أما الاسم التجاري فهو الذي يطلق على المحل الذي ينتج هذه السلع أو يعرضها للجمهور أو يقدم تلك الخدمات، ولكن هذا لا يمنع أن يتخذ التاجر من هذه العلامة التجارية المسجلة، اسماً لمحله التجاري[3].

تجرد المادة (34) من قانون العلامات التجارية الأردني العلامة التجارية غير المسجلة من الحماية القانونية المترتبة لها حيث نصت على أنه " لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعدٍ على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة الأردنية الهاشمية....".

يتضح لنا من هذا النص، أن المشرع الأردني منع إقامة دعوى مدنية بطلب تعويضات عن أي تعد –مهما كانت صورته- على العلامة التجارية ما دامت هذه الأخيرة غير مسجلة في المملكة، ولا جدال أن في هذا النص مخالفة واضحة لقواعد المسؤولية المدنية وخروجاً صارخاً عليها، كما أنه لا يخلو من تحكم، إذ أنه قد حرم ملكية العلامة التجارية غير المسجلة من الوسيلة الوحيدة التي يمكن أن تستظل بها، ألا وهي الدعوى الحقوقية، إذ الأصل أنه كل إضرار بالغير يلزم فاعله –ولو غير مميز- بضمان الضرر، فيحق لكل من أصابه ضرر أن يطالب مرتكبه بالتعويض، خالف هذا

(1) انظر في هذا بالتفصيل لدى د. صلاح زين الدين، شرح التشريعات الصناعية والتجارية، المرجع السابق، ص119 وما بعدها.

(2) د.مصلح الطراونه، المرجع السابق،ص 219.

(3) د. مصلح الطراونه، المرجع السابق،ص 219.

النص ذلك، ومنع المطالبة بالتعويض عن أي تعد على العلامة التجارية غير المسجلة[1].

إلا أن قانون المنافسة غير المشروعة رقم (15) لسنة (2000)[2] وفي المادة (2/ب) منه قد سدّ هذا النقص الذي شاب المادة (34) من قانون العلامات التجارية على اعتبار أن التعدي يشكل فعلاً من أفعال المنافسة غير المشروعة. وهذا ما أقرته المادة (3) من قانون المنافسة غير المشروعة التي أعطت الحق لكل ذي مصلحة المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر جراء أي فعل منافسة غير مشروعة. بينما يتمتع الاسم التجاري المسجل وغير المسجل بالحماية القانونية المقررة له بموجب قانون الأسماء التجارية[3].

قد تتعدد العلامات التجارية المتخذة من قبل صاحب المحل التجاري بحيث يستعمل علامة تجارية مميزة لكل نوع من منتجاته[4]. إلا أنه وبالنسبة للأسماء التجارية فالأصل أن يتخذ صاحب المحل التجاري اسماً تجارياً واحداً لمحله[5]، وفي حالة تعدد فروع المحل التجاري التي تعمل في نشاطات أخرى، فإنه يجوز أن يكون للمحل التجاري أكثر من اسم تجاري بهدف تمييز أنواع التجارة المختلفة لذلك المحل[6]. إلا أن القضاء الأردني[7] لم يأخذ بهذه المادة حيث أنه لم يجز (لشركة بنك الأردن المساهمة

---

(1) د. صلاح زين الدين،المرجع السابق، ص174. كما يرى د. صلاح زين الدين أن الحكمة من هذا النص هي تشجيع –إن لم يكن إلزام– مالك العلامة على تسجيل علامته ولكن بصورة ضمنية وغير مباشرة إذ أن حرمان صاحب العلامة التجارية غير المسجلة يدفعه الى المبادرة لتسجيل علامته حماية لها من اعتداء الغير وحفظاً لحقه في طلب التعويض عن اي تعد في حالة وقوعه، ما دام أن عدم قيامه بتسجيل علامته يحول بينه وبين حماية حقه في علامته عند وقوع الإعتداء عليها.

(2) منشور في الجريدة الرسمية، عدد 4423، تاريخ 2000/4/2، ص1316.

(3) انظر المادة (14) من قانون الاسماء التجارية.

(4) د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، مطابع الأهرام التجارية، القاهرة، 1969،ص274.

(5) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص69.

(6) انظر المادة (3/ه) من قانون الأسماء التجارية الأردني.

(7) انظر قرار محكمة العدل العليا رقم (2003/571)، تاريخ 2004/2/19، غير منشور.

العامة) أن تسجل اسماً تجاريا آخر لها بالإضافة إلى اسمها التجاري (بنك الأردن) لما في ذلك من مخالفة للنظام العام في الدولة وتضليلاً للجمهور وإننا نتفق مع ما ذهبت إليه محكمة التمييز الموقرة حيث أنه يؤخذ على المشرع الأردني في نص المادة (3/ه) أنه أغفل الوظيفة الأساسية للاسم التجاري ألا وهي تمييز المحل التجاري عن نظائره من المحال التجارية، وليس التمييز بين أنواع التجارة التي يقدمها المحل التجاري، ذلك أن هذه هي وظيفة العلامة التجارية، كما يؤخذ عليه استخدامه عبارة (شريطة وجود فروع لنفس المحل) فكما هو معلوم أن الفرع يتبع الأصل ولا ينفرد عنه، والأصل أن الفرع يمارس ذات النشاط الذي يمارسه الأصل.

2.2 شروط تسجيل الاسم التجاري

حتى يتمتع الاسم التجاري بالحماية القانونية لا بد من توافر شروط موضوعية وشكلية معينة ندرسهما في مطلبين مستقلين.

1.2.2 الشروط الموضوعية الواجب توافرها في الاسم التجاري

تتمثل الشروط الموضوعية الواجب توافرها لتسجيل الاسم التجاري بالجدة والابتكار وعدم مخالفته للنظام العام والآداب العامة بالإضافة إلى شرط اللغة، ندرسها على التوالي.

1.1.2.2 الجدة

تنص المادة (4/أ) من قانون الأسماء التجارية على شرط الجدة لتسجيل الاسم التجاري بما يلي "أن يكون الاسم جديداً لم يسبق استعماله أو تسجيله لشخص آخر للنوع ذاته من التجارة أو لنوع مشابه قد يثير اللبس لدى الجمهور".

يتضح من هذا النص أن المشرع الأردني قد اشترط لتسجيل الاسم التجاري ما يلي:

أولاً: أن يكون الاسم لم يسبق استعماله من قبل تاجر آخر لتمييز محله التجاري عن نظائره من المحلات التجارية.

ثانياً: أن يكون الاسم لم يسبق تسجيله في سجل الأسماء التجارية باسم أحد التجار سواء للنوع ذاته من التجارة أو لنوع مشابه من التجارة قد يثير اللبس لدى الجمهور.

وعلى الرغم من أن ظاهر هذا النص يدل على أنه يشترط لتسجيل الاسم التجاري الجدة المطلقة إلا أننا نرى خلاف ذلك فالاسم التجاري يتصف بالجدة نسبياً من حيث نوع التجارة وزمان ممارستها على النحو التالي:

1.1.1.2.2 بالنسبة لنوع التجارة

باستثناء الأسماء المشهورة التي ارتبطت في ذهن المستهلك، لا يشترط أن يكون الاسم التجاري المراد تسجيله جديداً مقارنة بالأسماء المستخدمة في ميادين التجارة كافة، وإنما يكفي أن يكون الاسم جديداً بالمقارنة بالأسماء المستعملة في تمييز المحال التجارية المماثلة أو المشابهة، فإذا اختار تاجر اسماً تجارياً للدلالة على محله التجاري، يجوز لمن يمارس تجارة مختلفة استخدام ذات الاسم إذ لا يتصور وقوع اللبس بين محليين تجاريين متعلقين بتجارتين مختلفتين، كاتخاذ اسم الزهراء من قبل محل تجاري لبيع القرطاسية اسما تجارياً، واتخاذ ذات الاسم من قبل محل آخر لبيع الأزياء، فإنه لا يتصور أن يقع العملاء الذين يقصدون المحل الأول في الغلط فيذهبون لشراء الأزياء دون أن ينتبهوا إلى أنه ليس المحل المقصود، حيث لا ضرر ولا احتمال لوقوع الضرر في هذا الخصوص. وبذلك يتبين مما تقدم أن استعمال اسم تجاري مشابه في تجارة مختلفة يعد مشروعاً، ولا يجوز لصاحب أي من المحليين أن يتمسك بملكيته على الاسم التجاري ويمنع الآخر من استعماله[1].

---

(1) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص77 وما بعدها.

2.1.1.2.2 بالنسبة لزمان ممارسة التجارة

نص المشرع الأردني في المادة (9/ب/2) من قانون الأسماء التجارية على أنه "على الرغم مما ورد في الفقرة (أ) من المادة (4) من هذا القانون، يجوز للغير بعد مرور سنة على شطب الاسم التجاري وفقاً لأحكام البند (1) من هذه الفقرة التقدم بطلب لتسجيل الاسم التجاري الذي تم شطبه".

يتضح من هذا النص أنه يجوز للغير بعد مرور سنة على شطب الاسم التجاري الذي لم يتقدم مالكه للتعبير عن رغبته في الاحتفاظ بالاسم التجاري الذي سبق تسجيله باسمه خلال ثلاث سنوات من تاريخ سريان قانون الأسماء التجارية بالإضافة لمرور مدة الطعن في قرار الشطب، أن يتقدم بطلب لتسجيل الاسم التّجاري الذي تم شطبه.

وهذا يعني أن الاسم التجاري يتصف بالجدة نسبياً من حيث الزمان، إذ أن الاسم التجاري يعد جديداً إذا استعمل تاجر اسماً تجارياً لتاجر آخر بعد انقضاء الاسم التجاري بالشطب، أو زوال المحل التجاري للتاجر أو اعتزاله التجارة أو ترك استعماله، شريطة أن تنقضي المدة المحددة في القانون على تركه من قبل صاحب المحل التجاري الأول، تجنباً للبس بين المحلين التجاريين أو أن يرى التاجر استبدال الاسم التجاري باسم آخر[1]، وبذلك يصبح الاسم التجاري في الملك العام ويعد استعماله مباحاً للجمهور[2].

كان المشرع الأردني موفقاً في المادة (9) من قانون الأسماء التجارية عندما منح مالك الاسم التجاري مدة ثلاث سنوات من تاريخ سريان أحكام قانون الأسماء التجارية ليقدم خلالها إشعاراً لمسجل الأسماء التجارية يؤكد فيه رغبته في الاحتفاظ باسمه التجاري المسجل قبل نفاذ أحكام قانون الأسماء التجارية[3]. كما أنه منح مالك الاسم التجاري الحق في الطعن في قرار المسجل خلال ستين يوماً من تاريخ تبلغه الحكم أو

---

(1) د. الياس ناصيف، الموسوعة التجارية الشاملة، ج2، المؤسسة التجارية، عويدات للطباعة والنشر، لبنان 1999، ص280.

(2) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص80.

(3) انظر المادة (9/أ/1) من قانون الأسماء التجارية.

العلم به، وفي جميع الأحوال لا تقبل دعوى الطعن بقرار المسجل بعد مرور سنة على تاريخ هذا الشطب[1].

وإذا قمنا بجمع المدد الممنوحة لمالك الاسم التجاري للتعبير عن رغبته في الاحتفاظ باسمه، فإنه يتضح لنا أن المشرع الأردني قد أعطى مالك الاسم التجاري مدة أربع سنوات ليقوم خلالها بإعادة توفيق أوضاعه وفقاً لقانون الأسماء التجارية. هذا إن دل على شيء، فإنه يدل على حرص المشرع الأردني على استقرار الأوضاع الاقتصادية والتجارية في المملكة والحفاظ على حق التاجر في ملكية اسمه المسجل سابقاً في سجل الأسماء التجارية.

وقد سمح المشرع في البند الثاني من الفقرة (ب) من المادة (9) للغير وبعد مرور سنة على شطب الاسم التجاري التقدم بطلب لتسجيل الاسم التجاري الذي تم شطبه. ونرى أن مرور سنة واحدة على زوال أو انقضاء الاسم التجاري بالشطب غير كافية لإزالة اللبس أو الخلط لدى الجمهور عند استعماله من قبل تاجر آخر، وأن مدة ثلاث سنوات قد تكون كافية لهذا الغرض، باستثناء الاسم التجاري المشهور.

ولكن ما الحكم في حالة وجود محليين تجاريين يحملان الاسم التجاري نفسه في مدينتين مختلفتين، دون أي تأثير من أحدهما على الآخر، ثم يتم توسيع نشاط أحدهما، ويشتهر لدرجة أنه يشمل جميع إقليم الدولة، وبعد ذلك يقوم صاحب هذا المحل بفتح فرع له في المدينة التي يوجد فيها المحل التجاري الذي يحمل الاسم التجاري نفسه، وهو محل ذو شهرة محدودة، فهل يجوز لصاحب هذا المحل الاعتراض على افتتاح فرع للمحل ذي الشهرة الواسعة الذي يحمل الاسم نفسه بالرغم من أن شهرته ذائعة في إقليم الدولة بأكمله؟[2].

---

(1) انظر المادة (9/ب/1) من قانون الأسماء التجارية.

(2) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص81 وما بعدها.

هناك من يرى[1]، أنه يحق لصاحب المحل التجاري السابق وجوده على وجود المحل التجاري الآخر في ذات المدينة أن يعترض على افتتاح فرع للمحل التجاري ذي الشهرة الواسعة الذي يحمل الاسم ذاته، نظراً للأسبقية في استعمال الاسم التجاري في هذه المدينة.

أما بالنسبة لأسماء الشركات، فإنه لا يجوز تسجيل أي شركة باسم سبق وسجلت به شركة أخرى في المملكة، أو باسم يشبهه إلى درجة قد يؤدي إلى اللبس أو الغش، ولمراقب الشركات رفض تسجيل الشركة بمثل ذلك الاسم في أي حالة من الحالات التي نصت عليها المادة (5) من قانون الشركات التي تقضي بأنّ "موانع التسجيل والاعتراض على التسجيل كالتالي:

"أ- لا يجوز تسجيل شركة باسم اتخذ لغايات احتيالية أو غير قانونية كما لا يجوز تسجيل أي شركة باسم سبق وسجلت به شركة أخرى في المملكة، أو باسم يشبهه إلى درجة قد تؤدي إلى اللبس أو الغش. وللمراقب رفض تسجيل الشركة بمثل ذلك الاسم في أي حالة من تلك الحالات.

ب- يجوز لأي شركة أن تعترض خطياً لدى الوزير خلال ستين يوماً من تاريخ نشر القرار بتسجيل شركة أخرى في الجريدة الرسمية لإلغاء تسجيل تلك الشركة الأخرى إذا كان الاسم الذي سجلت به مماثلاً لاسمها أو يشبهه إلى درجة قد تؤدي إلى اللبس أو الغش، وللوزير بعد السماح للشركة المعترض على تسجيلها تقديم دفاعها خلال المدة التي يحددها، أن يصدر قراره بإلغاء تسجيل الشركة الأخرى إذا اقتنع بأسباب الاعتراض على تسجيلها ولم تقم بتعديل اسمها وإزالة أسباب الاعتراض وللمتضرر من قراره، الطعن فيه لدى محكمة العدل العليا خلال ثلاثين يوماً من الإعلان عنه في إحدى الصحف اليومية المحلية".

[1] د. إلياس ناصيف، المرجع السابق، ص278.

يتضح من هذا النص، أن الحماية القانونية للاسم التجاري للشركات الأردنية تنبسط في إقليم الدولة كافة، لذلك يجب بسط حماية القانون للاسم التجاري للتاجر الفرد ليشمل إقليم الدولة جميعه[1].

ولكن يثور التساؤل، حول ما إذا كان الاسم الذي تم شطبه من قبل مسجل الأسماء التجارية اسماً مشهوراً، فهل يجوز للغير أن يقوم بإعادة تسجيله باسمه وفقاً لأحكام المادة (9/ب/2) ؟.

للإجابة على هذا التساؤل فإننا نرجع إلى الفقرة (د) من المادة (5) من قانون الأسماء التجارية، التي تنص على أنه " لا يجوز تسجيل الاسم التجاري في أي من الحالات التالية:-

د- إذا كان مطابقاً أو مشابهاً لاسم تجاري مشهور أو لعلامة تجارية مشهورة سواء للنوع ذاته من التجارة أو لأي نوع آخر".

يتضح لنا من هذا النص أنه لا يجوز للغير أن يقوم بتسجيل الاسم التجاري المشهور الذي تم شطبه من قبل مسجل الأسماء التجارية، كما أننا يمكن أن نستند لنص المادة (14/ج) من قانون الأسماء التجارية، التي تنص على أنه "على الرغم مما ورد في الفقرتين (أ) و (ب) من هذه المادة، لا يحول عدم تسجيل الاسم التجاري دون حق مالكه في الحماية المترتبة له بموجب المادة (11) من هذا القانون.

يتضح لنا من هذا النص أن الاسم التجاري سواء أكان مشهوراً أو غير مشهور يتمتع بالحماية القانونية سواء تم تسجيله أم لم يتم تسجيله ذلك أن قانون الأسماء التجارية يفرض الحماية أيضاً على الاسم التجاري المستعمل، فمن باب أولى أن يتمتع الاسم التجاري المشهور وغير المسجل بهذه الحماية.

أما إذا كان الاسم التجاري يتألف من الاسم المدني للتاجر، فيجوز له في هذه الحالة أن يمنع الغير من استعمال اسمه ولو في تجارة مختلفة إلا إذا كان الغير يحمل ذات الاسم المدني الذي يتألف من اسم التاجر الأول، وذلك وفقاً لما نصت عليه الفقرة

---

(1) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص84.

(و) من المادة (5) من قانون الأسماء التجارية، حيث نصت على أنه " لا يجوز تسجيل الاسم التجاري إذا تضمن اسماً مدنياً لشخص آخر دون اخذ موافقته أو موافقة ورثته إذا كان المتوفى حديثاً"، والواقع أنه حتى ولو كان يحمل نفس الاسم المدني فلا يتم تسجيله ولا يجوز له استعماله نفسه إلا إذا تم تمييزه تمييزاً يمنع الخلط واللبس في أذهان الجمهور.

يتضح من مفهوم المخالفة لهذه الفقرة أنه لا يجوز تسجيل الاسم التجاري الذي يتضمن اسماً مدنياً لشخص آخر مع تقييد ذلك بالحصول على موافقة صاحب الاسم المدني إن كان على قيد الحياة، أو بعد الحصول على موافقة ورثته إن كان صاحب الاسم متوفى حديثاً، ولكن يؤخذ في هذا المجال على المشرع الأردني أنه اشترط لأخذ موافقة الورثة أن يكون المتوفى حديثاً وهذا النص يشوبه الغموض ويحتاج إلى تفسير وإيضاح لقصد المشرع. فهل يفهم من مفهوم المخالفة أنه لا يجوز للورثة السماح للغير تسجيل الاسم التجاري الذي يتضمن الاسم المدني لمورثهم إن مضت مدة طويلة على الوفاة؟ وما هو المعيار الذي نحدد من خلاله أن الوفاة حديثاً أو مضت عليها مدة طويلة؟

في الحقيقة، إننا لا نبالغ إذ قلنا أن في هذا النص قصوراً تشريعياً كبيراً وذلك للأسباب التالية:

1- أنه يمنح الشخص -تاجراً كان أم شخصاً مدنياً- الحق بإعطاء الإذن للغير باستعمال اسمه المدني كاسم تجاري لذلك الغير ويمنع الورثة منح ذات الإذن الذي منحه لمورثهم إذا كانت وفاة مورثهم مضى عليها مدة طويلة لم يحددها المشرع وإنما اكتفى بذكر عبارة (حديثاً).

2- كما أن النص لا يخلو من العيب في الصياغة حيث أورد عبارة (أن يكون المتوفى حديثاً) فهل كلمة حديثا هي صفة للمتوفى، أم هي صفة للوفاة؟ إننا نعتقد أن المشرع قصد بهذه العبارة أن تكون صفة للوفاة وليس للمتوفى على

غرار ما فعل بقانون العلامات التجارية في المادة (9/8) منه[1]. ولأنه لا يتصور أن يطلق هذا الوصف على المتوفى.

3- كما إن الحق في الاسم المدني من الحقوق اللصيقة بالشخصية التي لا يمكن تقويمها بمال ولا يمكن التعامل به حيث لا يمكن اعتباره عنصراً من عناصر الذمة المالية، بينما يعتبر الاسم التجاري حقاً من الحقوق المالية التي ترد على الأشياء غير المادية وقابلاً للتعامل به، ويعد عنصراً معنوياً من عناصر المحل التجاري، ويدخل في الذمة المالية للتاجر ويمكننا أن نفسر قصد المشرع بأنه يجب أن يكون الورثة ممن يمكن تتبعهم (جيل واحد) أو جيلين فلا يعقل أن نقول لشخص يرغب بتسجيل اسم تجاري (ابن خلدون) أو (المتنبي) احضر موافقة الورثة.

ولكن ما العمل إذا تقدم شخصان أو أكثر في وقت واحد بطلب لتسجيل ذات الاسم التجاري وفي نفس نوع التجارة التي يزاولها المحلان؟

كان المشرع الأردني موفقاً بإيراده الفقرة (ز) من المادة (5) التي لا تجيز تسجيل الاسم التجاري الذي قد يؤدي إلى تضليل المستهلك فيما يتعلق بنوع التجارة أو أهميتها أو حجمها أو قد يؤدي إلى تضليله بأي صورة من الصور. وكما أنه لا يجوز للتاجر الذي تكوّن اسمه التجاري من اسمه المدني المطابق لاسم تجاري مسجل لتاجر آخر –على سبيل المثال– أن يتعمد كتابة اسمه على واجهة المحل بذات حجم الحروف وبنفس الشكل والصورة التي كتب بها الاسم الأول، أو أن يتعمد إقامة محله على مقربة من المحل الأول، وإنما ينبغي على التاجر الثاني أن يضيف إلى اسمه بياناً يميزه عن الاسم الآخر منعاً لتضليل المستهلكين من خلال الخلط واللبس الذي قد يقع بين الاسمين،

---

[1] المادة (9/8) من قانون العلامات التجارية الأردني "العلامات التي لا يجوز تسجيلها كعلامات تجارية :
9- العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضا وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثا فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين".

وكذلك إتقاءً للمنافسة غير المشروعة. وعليه فإن الاسم التجاري يجب أن يتمتع بنوع من التفرد المانع للخلط بينه وبين الأسماء التجارية الأخرى المستخدمة لتميز المحلات المماثلة أو المتشابهة.

هناك من يرى[1]، أن في هذه الحالة يرفض الطلب إلا إذا اقترن بتنازل احد المتنازعين للآخر أو بصدور حكم حائز لقوة الشيء المقضي به يحدد صاحب الحق في تسجيل الاسم المتنازع عليه. أو أن يضيف أحداهما إلى اسمه التجاري بياناً معيناً يميز محله التجاري من المحل المماثل أو المشابه.

وأننا نؤيد هذا الرأي كما ويمكننا الاستشهاد بهذا الخصوص بما ورد في نص المادة (17) من قانون العلامات التجارية الأردني، حيث نصت على أنه " إذا طلب عدة أشخاص تسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة الشبه بعضها ببعض وكانت تلك العلامات تتعلق بنفس البضائع أو الصنف، فيجوز للمسجل أن يرفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات باسم شخص من هؤلاء الطالبين إلا بعد أن تسوى حقوقهم.

1- إما بالاتفاق فيما بينهم على وجه يوافق عليه المسجل. أو

2- بواسطة محكمة العدل العليا التي يحيل المسجل الخلاف عليها عند عدم الوصول إلى مثل هذا الاتفاق".

لكن يجري العمل في مديرية السجل التجاري في وزارة الصناعة والتجارة على تثبيت التاريخ والزمن على طلب التسجيل وتسجيل الاسم التجاري للأسبق بتقديم الطلب بالتاريخ والزمن ويتم البت فيه على الأغلب في نفس اليوم على خلاف العلامات التجارية التي يتم البت في طلب تسجيلها بعد (40) يوماً من تاريخ تقديمه.

---

(1) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص80.

2.1.2.2 الابتكار

يشترط لتسجيل الاسم التجاري أن يكون مبتكراً غير شائع الاستعمال في نوع التجارة التي يستخدم لها، إلا إذا كان الاسم التجاري يتكون من اسم الشخص أو لقبه[1].

وتكمن الحكمة من وراء اشتراط الابتكار لتسجيل الاسم التجاري بتحقيق الغاية الأساسية من الاسم التجاري وهي تمييز المحل التجاري عن نظائره من المحال التجارية الأخرى هذا من جهة، ومن جهة أخرى لحماية الجمهور من الوقوع في اللبس والخلط بين المحال التجارية، فضلاً عن أنه يمنع المنافسة غير المشروعة بين التجار التي قد يتعمدها بعضهم بحجة انه يحمل اسم ولقب المنافس نفسه عندما يكون الاسم التجاري يتكون من الاسم المدني للشخص.

وبناءً على ما تقدم فإنه لا يمكن تسجيل الاسم التجاري الذي لا يعدو أن يكون لفظاً شائع الاستخدام مثل لفظ (معرض أو مخزن) لتمييز معرض أو مخزن. كذلك لا يصلح كاسم تجاري الألفاظ الدالة على نوع التجارة مثل محلات الأخشاب أو محلات الألبان أو محلات الأقمشة أو محلات الطباعة لتمييز محل الأخشاب أو محل بيع الألبان أو بيع الأقمشة أو محل الطباعة[2]، ولكن إذا أضيف إلى هذه الأسماء الشائعة عبارة أخرى مقبولة ليس لها علاقة مباشرة بنوع التجارة يصبح بذلك اسماً تجارياً جديراً بالحماية القانونية[3]، ويمكننا أن نورد مثلاً على ذلك (دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع)، كما يعتبر من قبيل الأسماء المبتكرة (فلافيلو و إش إش).

وهذه الأسماء لا تعني شيئاً ولكنها سهلة اللفظ والتذكر وكما هو الحال بالنسبة إلى الاسم كوداك، الذي نال من الشهرة ما لا حدود له وهو اسم الشركة المنتجة لآلات التصوير والأفلام وملحقاتها، وهذا الاسم يقول عنه مبتكره: أنه اسم لا معنى له، ذلك

---

[1] انظر الفقرة (ب) من المادة (4) من قانون الأسماء التجارية.

[2] انظر قرار محكمة العدل العليا، رقم 1993/186، تاريخ 1993/8/31، مجلة نقابة المحامين، عدد4، سنة 1993، ص2391.

[3] د.عبد الفضيل محمد احمد ، القانون التجاري والأعمال التجاريه ، مكتبة الجلاء الجديدة ،المنصوره ، مصر 1986، ص.218.

أنه وضع حرف (k) في مقدمة الكلمة وفي نهايتها لأنه يحب هذا الحرف، ومن ثم اختار الحروف الباقية ليظهر اسم(Kodak)[1]. كما أن اللفظ الأجنبي شائع الاستعمال والذي يعتبر جزءاً من لغتنا العربية مثل (كراج أو كازينو وغيرها) لا يصلح اسماً تجارياً نظراً لشيوع استعماله[2] وافتقاره لشرط الابتكار.

3.1.2.2 عدم مخالفة الاسم التجاري للنظام العام والآداب العامة

نصت العديد من القوانين المدنية على عبارة النظام العام والآداب العامة، دون أن تحدد المقصود بهذه العبارة لأن هذا التحديد يعود للفقه المدني ولشراح القانون، ويستعين القاضي برأي الفقه لتحديد القواعد المتعلقة بالنظام العام إذا لم يحددها المشرع الذي يورد عادة نصوص قانونية لا يجوز الاتفاق على خلافها.

إن كلاً من النظام العام والآداب العامة مصطلحين قانونيين يتميزان بنسبيتهما، على نحو يتفاوت بتفاوت القوانين من مكان إلى آخر ومن زمن إلى آخر، وما يكتنف هذين المصطلحين القانونيين النسبيين من صعوبة في إيجاد تعريف محدد لهما راجعة إلى مراعاة الدقة في وضع معيار يتأقلم مع ظروف زمان ومكان كل قانون من القوانين، إذ ليس هناك تطابق بين ما في القوانين والأنظمة من نصوص تشريعية وبين ما يعتبر داخلاً في مفهوم النظام العام في بلد معين وفي زمن معين.

ودليل عدم التلازم بين النصوص التشريعية وبين ما يعد من قبيل النظام العام أن هناك قواعد قانونية من النظام العام، ولكنها في الوقت ذاته ليست قواعد مصدرها التشريع، فمثلاً هناك قواعد من النظام العام مصدرها العرف، كما أن القواعد القانونية

---

(1) د.ابي سعيد الديوه جي ، إدارة التسويق ، ط2 ، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر ، جامعة الموصل 1999 ، ص 140 -141.

(2) د. محمد حسني عباس، الملكية الصناعية والمحل التجاري، مطابع الأهرام التجارية، للقاهرة، 1969، ص289-290.

التي تجد مصدرها في أحكام الشريعة الإسلامية تعتبر ايضاً قواعد آمرة من النظام العام.

وعلى الرغم من ذلك هناك من يعرف النظام العام[1]، بأنه "مجموعة المصالح الجوهرية والأساسية للجماعة" أو هو " مجموع الأسس التي يتأسس عليها نظام الجماعة وكيانها من الناحية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والخلقية والدينية، بحيث لا يمكن تصور بقاء كيان المجتمع سليماً إلا باستناده على تلك الأسس التي تعتبر بمثابة دعائم للمجتمع لا غنى له عنها"، وهذا يجعل القواعد القانونية المتصلة بالمصالح الأساسية للجماعة قواعد آمرة يقف تجاهها سلطان إرادة الأفراد مكتوفاً في الاتفاق على ما يخالفها في أي عقد ويقف مكتوفاً أيضاً تجاهها في اشتراط أي شرط مخالف لها في أي تصرف قانوني.

بناءً على ما تقدم، فإننا لا نستطيع أن نحصر النظام العام في دائرة دون أخرى، فهو شيء متغير، يضيق ويتسع حسب ما يعده الناس في حضارة معينة "مصلحة عامة"، كما أنه لا توجد قاعدة ثابتة تحدد "النظام العام" تحديداً مطلقاً يتمشى مع كل زمان ومكان، لأن النظام العام شيء نسبي وكل ما نستطيع معه هو أن نضع معياراً مرناً هو معيار "المصلحة العامة"، وتطبيق هذا المعيار في حضارة معينة يؤدي إلى نتائج غير تلك التي نصل إليها في حضارة أخرى.

أما الآداب العامة فهي القدر من القواعد الأخلاقية التي تعتبرها الجماعة بمثابة الحد الأدنى لحسن الآداب والتي بدون حرص المخاطبين بالقانون على مراعاتها لا يستقيم حال المجتمع من الناحية الأخلاقية. على أن فكرة الآداب العامة هي الأخرى كفكرة النظام العام فكرة قانونية مرنة ونسبية أي ليست مطلقة[2]، فالآداب في أمة معينة وفي جيل معين هي مجموعة من القواعد وجد الناس أنفسهم ملزمين بإتباعها طبقاً

---

[1] د. عصام سليم، المدخل للعلوم القانونية في القانونين اللبناني والمصري، ج1، نظرية القانون، الدار الجامعية، 1997، ص104-105.

[2] د. عصام سليم، المرجع السابق ، ص107.

لناموس أدبي يسود علاقاتهم الاجتماعية. هذا الناموس الأدبي هو وليد المعتقدات الموروثة والعادات المتأصلة وما جرى به العرف وتواضع عليه الناس، وللدين أثر كبير في تكييفه، فكلما اقترب الدين من الحضارة، كلما ارتفع المعيار الخلقي وزاد التشدد فيه.

ويرى الدكتور السنهوري أن العوامل التي تكيف الناموس الأدبي كثيرة ومختلفة، فالعادات والعرف والدين والتقاليد وإلى جانب ذلك، بل في الصميم منه، ميزان إنساني يزن الحسن والقبيح، ونوع من الإلهام البشري يميز بين الخير والشر، كل هذه العوامل مجتمعة توجد الناموس الأدبي الذي يخضع الناس له، ولو لم يأمرهم القانون بذلك. فمعيار الآداب أو الناموس الأدبي ليس معياراً ذاتياً يرجع فيه كل شخص لنفسه وتقديره الذاتي، بل هو معيار اجتماعي يرجع فيه الشخص لما تعارف عليه الناس، وهو في ذات الوقت معيار غير ثابت يتطور تبعاً لتطور الفكرة الأدبية في حضارة معينة.

فدائرة النظام العام تتسع وتضيق تبعاً لهذه التطورات، وطريقة فهم الناس لنظم عصرهم، وما تعارفوا عليه من آداب، وتبعاً لتقدم العلوم الاجتماعية. كل هذا يترك للقاضي أن يفسره التفسير الملائم لروح عصره، فالقاضي يكاد إذن أن يكون في هذه الدائرة المرنة، مشرعاً يتقيد بآداب عصره ونظم أمته الأساسية ومصالحها العامة.

وهناك فكرتان تسودان النظام العام والآداب العامة، تبعثان فيهما المرونة والقابلية للتطور، هما:-

أولاً:- فكرة المعيار، فمعيار النظام العام هو المصلحة العامة، ومعيار الآداب هو الناموس الأدبي، وهما معياران موضوعيان لا ذاتيان.

ثانياً:- فكرة النسبية، فلا يمكن تحديد دائرة النظام العام والآداب إلا في أمة معينة، وفي جيل معين[1].

---

[1] د. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، (1)، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام ،ص 399-401.

وفي هذا المجال يمكننا أن نتصور بعض الحالات التي يعد فيها الاسم التجاري مخالفاً للنظام العام والآداب العامة، ومن ثم لا يسجل اسماً تجارياً:-

1- الأسماء التجارية التي تحتوي على معانٍ مبتذلة.

2- الأسماء التجارية التي تتنافى مع القيم والعادات والتقاليد والأعراف السائدة في البلد، مع الأخذ بعين الاعتبار أن ما يعد متعارضاً مع النظام العام في دولة قد لا يعد كذلك في دولة أخرى. وما يتعارض مع النظام العام داخل الدولة نفسها في مدة معينة قد لا يعد منافياً لهذه الفكرة في وقت آخر.

3- الأسماء التجارية التي تتنافى مع الاعتبارات السياسية مثل الأسماء التي توحي بأن المحل التجاري من مؤسسات الدولة أو أحد منشأتها كأن يحتوي الاسم على لقب عسكري أو لقب شرف أو أسماء دول.

4- الأسماء التجارية التي تتعارض مع التطورات الاقتصادية والتجارية، كالأسماء التي لا تطابق حقيقة النشاط التجاري أو الصناعي أو الذي يؤدي إلى إيهام وتضليل الجمهور.

5- الأسماء التي تتنافى مع عقيدة الأمة وقيمها، وقد كان لمجلس الأعيان اقتراح بأن "يكون الشرط الثالث لتسجيل الأسماء التجارية بالإضافة لشرطي الجدة والابتكار هو شرط عدم مخالفة الاسم التجاري لعقيدة الأمة وقيمها"، وهذا الاقتراح ما زال قيد الدراسة، إلا أننا نرى أن هذا الشرط لا يصلح كبديل لشرط النظام العام والآداب العامة، ذلك لأن النظام العام والآداب العامة مصطلحين قانونيين لهما دلالات متعارف عليها تحمل في طياتها عدم مخالفة الاسم التجاري لعقيدة الأمة وقيمها.

6- الأسماء التجارية المخالفة للقواعد الآمرة في القوانين النافذة في المملكة، مثال ذلك: الأسماء التجارية المترجمة[1] أو الأسماء التجارية التي تؤدي إلى تضليل المستهلك[2]، وقد عددتها المادة (16) من قانون تسجيل الأسماء التجارية بما يلي:

---

[1] انظر المادة(6) من قانون الأسماء التجارية الأردني.

[2] انظر المادة(5/ز) من قانون الاسماء التجارية الأردني.

1. إذا كان الاسم التجاري الذي يتعاطى أي محل تجاري أو فرد التجارة بموجبه يتضمن:

أ . لفظة تدل على جنسية تحمل حسب رأي المسجل على الاعتقاد بأن التجارة هي ملك أو تحت مراقبة المنتمين لتلك الجنسية، واقتنع المسجل بان جنسية أولئك الأشخاص الذين يملكون أو يراقبون التجارة كلها أو جلها هي مضللة في أي وقت من الأوقات، أو

ب. لفظة تدل على لقب عسكري أو لقب شرف يحمل (حسب رأي المسجل) على الاعتقاد بان التجارة هي ملك أو تحت مراقبة شخص يحمل ذلك اللقب العسكري أو لقب الشرف واقتنع المسجل (في أي وقت من الأوقات) بان اسم مالك أو مراقب التجارة كلها أو جلها هو مضلل، فانه يرفض تسجيل ذلك الاسم التجاري أو يشطبه السجل حسب مقتضى الحال، غير انه يجوز لكل من لحقه حيف من جراء القرار الذي أصدره المسجل بمقتضى هذا النص أن يستأنف القرار إلى وزير الاقتصاد الوطني الذي يكون قراره نهائيا.

2. لا يفسر تسجيل اسم تجاري بمقتضى هذا القانون بأنه يجيز استعمال ذلك الاسم إذا كان في الإمكان منع استعمال الاسم رغم هذا التسجيل.

4.2.2.2 شرط اللغة

إن أحد المبادئ الأساسية التي نص عليها الدستور الأردني هي أن اللغة العربية هي اللغة الرسمية للدولة[1]، الأمر الذي يقتضي معه ترجمة هذا المبدأ الأساسي على كافة الصعد ومختلف مناحي الحياة ترجمة عملية بالتزام كافة الأجهزة الحكومية والمؤسسات الرسمية والشعبية وغرف التجارة والصناعة في تطبيقه من خلال جميع أوجه نشاطاتها[2].

---

[1] المادة (2) من الدستور الأردني "الإسلام دين الدولة واللغة العربية لغتها الرسمية" .

[2] بلاغ رسمي رقم (25) لسنة 1983، صادر عن رئيس الوزراء الأردني.

لم يجعل قانون تسجيل الأسماء التجارية الملغي، كتابة الاسم التجاري باللغة العربية أمراً إلزامياً، وإنما هو جوازي[1]، وكان ينبغي أن تكون كتابته إلزامية باللغة العربية وليست جوازية، لأن لغتنا العربية هي عنوان رئيس لنا..

هذا المثلب الذي شاب قانون تسجيل الأسماء التجارية الملغي خلق العديد من المنازعات في الواقع العملي، فمعظم رجال الأعمال والتجار الأردنيون مسجلون رسمياً في غرف التجارة في الأردن، وكذلك لدى جمعية رجال الأعمال الأردنيين باللغتين العربية والإنجليزية، أما في وزارة الصناعة والتجارة الأردنية فإنهم مسجلون وحسب القانون باللغة العربية فقط، ولكنهم يتعاملون مع الشركات العالمية الأجنبية ويوقعون عقوداً بأموال طائلة، مستعملين أسماء شركاتهم ومؤسساتهم باللغة الإنجليزية مثال ذلك رفض مسجل الوكلاء والوسطاء التجاريين طلب (شركة عبر الدول لتجارة الأدوات الطبية ذات المسؤولية المحدودة) تسجيل وكالة تجارية صادرة من قبل (مختبرات انيوس الفرنسية) وكان سبب هذا الرفض أن الوكالة التجارية المرفقة مع الطلب صادرة من قبل (مختبرات انيوس الفرنسية) لصالح الوكيل (شركة انترميدك) وبالتالي يكون الطلب مقدماً من شخص غير ذي صفة لا يملك حق تقديمه حيث أنه لا يوجد في أوراق الدعوى ما يفيد بأن (انترميدك)هو اسم تجاري للشركة المستدعية[2].

وعادةً ما تكون هذه الأسماء إما مترجمة حرفياً بإسلوبين مختلفين، أو مترجمة بالفحوى والمعنى، ومن أمثلة ذلك:-

1- الترجمة الحرفية بالأسلوب الأول. شركة الصناعة والتجارة.

INDUSTRIAL AND TRADING COMPANY.

2- الترجمة الحرفية بالأسلوب الآخر. شركة الصناعة والتجارة.

SHARKET ALSENAA WA ALTIJARAH.

---

(1) انظر المادة (3) من نظام اللوحات والإعلانات في منطقة أمانة العاصمة الأردنية- رقم 57 لسنة 1984، نقلاً عن د. صلاح زين الدين، المرجع السابق، ص287.

(2) قررت محكمة العدل العليا الأردنية في هذه القضية " رد الدعوى وتضمين المستدعية الرسوم والمصاريف وأتعاب المحاماة". انظر قرار محكمة العدل العليا رقم(2004/468)، تاريخ 2005/1/11، غير منشور.

3- الترجمة بالفحوى والمعنى عن نشاط الشركة.   شركة الصناعة والتجارة.

GENERAL INDUSTRIAL AND TRADING COMPANY.

ولعدم وجود نص قانوني يحكم صحة أو عدم صحة ترجمة أسماء الشركات والمؤسسات التجارية الأردنية باللغة الإنجليزية، ظهرت الآثار السلبية لذلك والمتمثلة فيما يلي:-

1- جعلت قانونية الاسم التجاري باللغة الإنجليزية مجالاً للنقاش والطعن القانوني عند وجود أي خلاف حالي أو مستقبلي ما بين الشركات والمؤسسات التجارية الأردنية والشركات العالمية الأجنبية مما يلحق ضرراً مادياً كبيراً بالشركات الأردنية دون مبرر.

2- في حالة الاختصام أمام القضاء، فإن المحكمة المختصة سوف ترد القضية، وذلك لعدم صحة الخصومة حيث أن القضاء قد استقر على جواز الخصومة بالاسم التجاري وعندها تكون الخصومة باسم مختلف عن الاسم المسجل في شهادة التسجيل الصادرة عن وزارة الصناعة والتجارة.

وقد أوصى التجار بهذا الخصوص ما يلي:-

1- أن تعتمد وزارة الصناعة والتجارة أسماء الشركات والمؤسسات التجارية باللغة الإنجليزية، وكما هي مسجلة حالياً بغرف التجارة والصناعة، وكذلك جمعية رجال الأعمال الأردنيين.

2- أن تقوم الوزارة باستحداث قانون جديد يحكم هذه الأسماء وإعطاء فترة زمنية قوامها عامان لتصويب الأسماء باللغة الإنجليزية وتسجيلها في الوزارة على أن يشمل ذلك: الاسم باللغة العربية، والاسم باللغة الإنجليزية، وكذلك العلامة التجارية.

وبهذا يكتمل قانون الأسماء التجارية للشركات والمؤسسات التجارية الأردنية في الوزارة وبالتالي نكون قد تخلصنا من فجوة قانونية خطيرة تضر بالمصلحة التجارية الأردنية[1].

وإننا نرى أن المشرع الأردني كان موفقاً بإيراده نص المادة (6) من قانون الأسماء التجارية الجديد، حيث نصت على ما يلي "يجب تسجيل الاسم التجاري باللغة العربية، ويجوز بقرار من المسجل تسجيل أسماء تجارية بلغة أجنبية إذا كانت مملوكة لأشخاص أو لشركات أجنبية أو لشركات ذات رأسمال مختلط ومسجلة ومستعملة خارج المملكة، ويكون القرار قابلاً للاعتراض لدى الوزير"، وهذا يسبب كارثة في مجال حقوق الملكية الصناعية والتجارية.

يتضح لنا من هذا النص أن المادة (6) اشترطت أن يسجل الاسم التجاري باللغة العربية، باستثناء الحالات التالية:-

أ. بقرار من المسجل إذا كان الاسم المطلوب تسجيله مملوكاً لأشخاص أو شركات أجنبية.

ب. بقرار من المسجل إذا كان الاسم المطلوب تسجيله مملوكاً لشركات ذات رأسمال مختلط ومسجلة ومستعملة خارج المملكة.

وإننا نرى أن إجازة الترجمة تنطوي على مخاطر كبيرة على حقوق الملكية الصناعية، فمثلاً، ملك البرغر تصبح **BURGER KING**، والفصول الأربعة يصبح **FOUR SEASONS**، وأسرار فكتوريا **VICTORIA SECRETS**، وغيرها من الأمثلة.

ويجري العمل في مديرية السجل التجاري في وزارة الصناعة والتجارة عند تسجيل الاسم التجاري الذي يشك أن مالكه سيقوم بترجمته بإفهامه أن الترجمة غير جائزة قانوناً وتوقيعه على ذلك، لنفي حسن نيته في حالة حصول نزاع.

---

[1] كتاب موجه من مؤسسة الشرق الأوسط إلى سعادة رئيس الغرف التجارية الأردنية حول موضوع اسماء الشركات والمؤسسات التجارية باللغة الإنجليزية، رقم 744/3، تاريخ 2003/10/20.

وبما أن الاسم التجاري للشركات أو المؤسسات قد يشتمل على جزئين، الأول هو جوهر الاسم التجاري، والثاني هو توضيح لغايات الشركة أو المؤسسة، مثال: مؤسسة الصقر لتجارة المركبات، فكلمة الصقر هي جوهر الاسم التجاري وتجارة المركبات هي الغاية التي دخلت على جوهر الاسم لتشكل معه الاسم التجاري كاملاً.

كما إننا نرى أنه ليس هناك ما يمنع ترجمة الجزء الثاني دون الأول لتصبح **AL-SAKER FOR MOTORS TRADING** وإن كان له محاذير أيضا، حيث أنه قد يتداخل مع أسماء أخرى في حالة عدم ترجمته بالشكل الصحيح فقد يترجم أحياناً **ALSAKER EST.**، وتثور بهذه الطريقة نزاعات، إذا كانت مؤسسة الصقر مسجلة. كما أنه وفي المثال السابق ذكره فلو قلنا وبالفرض الساقط أن ترجمة الاسم التجاري (Intermedic) جائزة فإنها لا تعني عبر الدول لتجارة الأدوات الطبية ولا تمت لها بصلة كما تبين بعد تحري مسجل الوكلاء والوسطاء التجاريين في وزارة الصناعة والتجارة الأردنية عن الاسم (انترميدك) أنه عبارة عن اسم تجاري تحمله مجموعة أخرى وهذا يجعل تحديد هوية مالكي الشركة أمراً صعباً إلا إذا وردت وثيقة رسمية حسب الأصول تؤكد ذلك[1].

2.2.2 الشروط الشكلية

بالإضافة للشروط الموضوعية للأسماء التجارية، لا بد من توافر شروط شكلية لتسجيل هذه الأسماء وتمتعها بالحماية القانونية، ويدخل ضمن موضوع تسجيل الأسماء التجارية مجموعة من النقاط التفصيلية التي وردت في المادة السابعة من قانون الأسماء التجارية الأردني، نذكرها على النحو التالي:-

---

(1) كتاب موجه من مسجل الوكلاء والوسطاء التجاريين إلى عطوفة رئيس النيابة العامة الإدارية بشأن تسجيل وكالة (شركة انيوس الفرنسية)، رقم 25183، تاريخ 2004/11/10.

1.2.2.2 طلب التسجيل

تنص الفقرة (أ) من المادة (7) من قانون الأسماء التجارية الأردني على ما يلي "يقدم طلب تسجيل الاسم التجاري من مالكه أو وكيله إلى المسجل على الأنموذج المعد في الوزارة لهذه الغاية مرفقاً به جميع البيانات والوثائق المحددة بمقتضى تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية ويتم نشرها في الجريدة الرسمية".

يجب ابتداءً، أن نحاول الوقوف عند عيب صياغة هذا النص قبل أن نقوم بتفسيره وفقاً لمقصوده وما يجب أن يكون عليه. وقد حدد قانون الأسماء التجارية الأردني في هذه الفقرة الأشخاص اللذين يحق لهم تقديم طلب لتسجيل اسم تجاري بكل من :- 1- مالك الاسم التجاري.

2-أو وكيل مالك الاسم التجاري.

بينما لم يحدد قانون العلامات التجارية الأردني الأشخاص الذين يحق لهم تقديم طلب لتسجيل علامة تجارية، وبالتالي يحق لكل من يدعي أنه صاحب علامة تجارية استعملت أو يريد استعمالها ويرغب في تسجيلها أن يتقدم بطلب إلى مسجل العلامات التجارية لتسجيلها[1]. فيحق لأي شخص أردني أو أجنبي فردا أو هيئة، تاجراً أو غير تاجر، طبيعيا أو معنويا، أن يتقدم بطلب لتسجيل علامته التجارية [2].

إن استخدام قانون الأسماء التجارية لعبارة " مالكه أو وكيله"، هو استخدام غير موفق، ذلك أن من يقدم طلب لتسجيل اسم تجاري معين، لم يصبح مالكه بعد. ذلك أن ملكية الاسم التجاري تكتسب بتسجيله في سجل الأسماء التجارية في وزارة الصناعة والتجارة[3]. ويمكننا القول من خلال نص الفقرة سابقة الذكر، أنه يستطيع كل تاجر –

---

(1) انظر المادة (1/11) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999 .

(2) د.عبدالله الخشروم، المرجع السابق، ص154 .

(3) انظر المادة (7/ج) من قانون الأسماء التجارية التي تنص على انه" إذا تم تسجيل الاسم التجاري فيمنح مالكه شهادة بذلك بعد دفع الرسم المقرر".

فرداً كان أم شركة- يتعاطى التجارة باسم تجاري، أن يقوم بنفسه بتقديم طلب لتسجيل الاسم التجاري أو توكيل الغير عنه للقيام بذلك.

كما خلصت مداولات مجلس الأعيان إلى شطب عبارة " من مالكه أو وكيله" وذلك لأن طالب التسجيل يصبح مالكاً للاسم التجاري بعد تسجيله ولا يكون مالكاً له قبل ذلك. كما أنه لا حاجة للنص على الوكيل لأن صلاحيات الوكيل القانوني بإجراء التصرفات القانونية نيابة عن الأصيل، مقررة بنصوص القوانين ولا حاجة لتكرار النص عليها في هذا القانون[1].

وإننا نرى انه من الأفضل أن تكون صياغة هذه الفقرة كالتالي:- "يقدم طلب تسجيل الاسم التجاري من التاجر – فرداً كان أم شركة- إلى المسجل على الأنموذج المعد في الوزارة لهذه الغاية مرفقاً به جميع البيانات والوثائق المحددة بمقتضى تعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية ويتم نشرها في الجريدة الرسمية".

2.2.2.2 تدقيق طلب تسجيل الاسم التجاري

عندما يستلم مسجل الأسماء التجارية طلباً لتسجيل اسم تجاري، عليه أن يتحقق من استيفائه الشروط الموضوعية والشكلية التي يتطلبها القانون، فإذا وجد المسجل أن الاسم المقدم من الأسماء المحظور تسجيلها قانوناً، فإنه يرفض الطلب المقدم إليه لعدم استيفائه شروط تسجيل الاسم التجاري.

كما يجب على المسجل إجراء التفتيش في سجل الأسماء التجارية لديه للتحري من خلالهما عن الأسماء التي تطابق أو تشابه الاسم المطلوب تسجيله[2]. وكذلك الحال بالنسبة للعلامة التجارية، فيقع على المسجل واجب التحري بين العلامات التجارية

---

(1) كتاب معالي رئيس مجلس الأعيان في المملكة الأردنية الهاشمية رقم (824/20/3) تاريخ 2004/7/1 الموجه إلى معالي رئيس مجلس النواب المتضمن الموافقة على قانون الأسماء التجارية المؤقت رقم (22) لسنة 2003 كما ورد من مجلس النواب مع إجراء بعض التعديلات عليه.

(2) عز الدين مرزا العباسي، المرجع السابق، ص97.

المسجلة وطلبات التسجيل غير المفصول فيها للتأكد مما إذا كان في القيود علامات مسجلة تتعلق بالبضائع نفسها أو بصنف البضائع ذاته مطابقة للعلامة المطلوب تسجيلها أو قريبة الشبه بها بدرجة من شأنها أن تؤدي إلى الغش [1].

3.2.2.2 سلطة المسجل

خولت الفقرة (ب) من المادة (7) من قانون الأسماء التجارية المسجل صلاحية رفض الطلب أو قبوله خلال عشرة أيام من تاريخ تقديم الطلب المستكمل لشروط تسجيله ومتطلباته، إلا أن قرار المسجل هذا قابل للطعن أمام محكمة العدل العليا.

ولمسجل العلامات التجارية ايضاً صلاحيات واسعة في رفض أو قبول أي طلب لتسجيل علامة تجارية ، أو قبول الطلب بموجب شروط أو تعديلات في طريقة استعمال العلامة التجارية أو مكان استعمالها وغير ذلك من الأمور[2]. إلا أن قرار المسجل بالرفض قابل للطعن أمام محكمة العدل العليا [3].

4.2.2.2 الإعلان والنشر

من المعروف أن سجل الأسماء التجارية الذي كان يسمى قديماً "فهرس الأسماء التجارية" يقوم على مبدأ العلانية، الذي يجيز لطالب التسجيل وللغير الإطلاع على محتوياته، ومعاينته، للتأكد من عدم وجود اسم مطابق أو مشابه للاسم المراد تسجيله، حيث نصت الفقرة (ب) من المادة (3) من قانون الأسماء التجارية على أنه "يحق للجمهور الإطلاع على السجل وفقاً لتعليمات يصدرها الوزير لهذه الغاية ويتم نشرها في الجريدة الرسمية".

---

[1] أنظر المادة (22) من نظام العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (37) لسنة 2000 .

[2] أنظر المادة (2/11) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999 .

[3] أنظر المادة (3/11) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999 .

ولكن يؤخذ على قانون الأسماء التجارية، أنه لم يوجب على مسجل الأسماء التجارية نشر قراره المتضمن قبوله طلب تسجيل الاسم التجاري، في صحيفتين محليتين يوميتين، على غرار ما فعل في المادة (8) من القانون ذاته التي لم تعتبر التصرفات الواردة على الاسم التجاري حجة على الغير إلا من تاريخ تدوين ذلك في السجل ونشره في صحيفتين يوميتين[1].

وتكمن الحكمة من نشر قرار المسجل المتضمن تسجيل الاسم التجاري، في السماح لأي شخص متضرر من تسجيل هذا الاسم من الاعتراض عليه لدى المسجل، كما فعل المشرع بالنسبة للعلامات التجارية[2]، حيث يتم نشر إعلان تسجيل العلامة التجارية في الجريدة الرسمية وليس في الصحف المحلية وبالصورة التي يطلبها مسجل العلامات التجارية وبالتنظيم الذي يفرضه على صاحب العلامة وللمدة التي يراها مناسبة، وينشر الإعلان على نفقة طالب التسجيل.

فصلاحيات مسجل العلامات التجارية هي صلاحيات واسعة تبدأ من قبول طلب تسجيل الاسم التجاري أو عدم قبوله وتستمر بالتسجيل وإجراءاته من خلال آلية النشر التي يحق فيها لمسجل العلامات التجارية أن يفرض على طالب التسجيل صورة معينة ينشر على أساسها الطلب وينظم بموجبها الصورة التي يتم نشر الطلب بموجبها (التي قد تتمثل في النموذج الرسمي للإعلان الذي يعبأ مع طلب التسجيل ويرفق معه، أو في أي صورة أخرى يراها المسجل مناسبة لنشر الطلب).

ولا يكفي في هذا الشأن أن يذكر رقم الصنف الذي يراد تسجيل العلامة فيه بل لا بد أن يكون الإعلان واضحا بخصوص اسم الجهة التي تطلب التسجيل، ومن حيث إدراج صورة العلامة التجارية المطلوب تسجيلها. وإذا لم تنشر صورة العلامة التجارية

---

(1) انظر المادة (8) من قانون الأسماء التجارية.

(2) انظر المادة (13) من قانون العلامات التجارية.

لتعذر ذلك أو عدم وضوحه، يشير المسجل في الإعلان إلى المكان الذي يمكن فيه من يريد الإطلاع على نموذج العلامة التجارية [1].

5.2.2.2 اعتراض الغير على قبول المسجل لطلب التسجيل

يؤخذ على نص الفقرة (ب) من المادة (7) من قانون الأسماء التجارية أنه اخضع القرارات الصادرة عن مسجل الأسماء التجارية للطعن لدى محكمة العدل العليا ودون سابق اعتراض على قرار المسجل من قبل الغير.

ولما في هذا من إثقال على كاهل محكمة العدل العليا، فضلاً عن أنه يؤدي إلى الخضوع إلى المدد والمواعيد والإجراءات اللازمة لنظر الدعوى أمام محكمة العدل العليا وما يترتب عليه من إعاقة أعمال التجارة التي تمتاز بالسرعة. فإننا نرى أنه من الأفضل إخضاع قرار المسجل إلى الاعتراض الذي يقدم لديه في الوزارة، لما في ذلك من أهمية في اختصار وقت وجهد المحكمة ورفع كفاءة السجل التجاري وتحقيق السرعة في الأعمال التجارية وازدهار اقتصاد البلد، خاصة وأن بعض التجار يستخدمون أسماءهم التجارية في تصرفاتهم القانونية.

ومما يؤخذ أيضا على نص الفقرة سابقة الذكر أن المشرع لم يحدد المدة التي يتوجب خلالها تقديم الطعن لدى محكمة العدل العليا، وإنما ترك العبارة على إطلاقها، وفي هذه الحالة فإننا نعود إلى القواعد العامة الموجودة في قانون محكمة العدل العليا رقم (12) لسنة (1992)[2]، حيث نصت المادة (12/أ) بأنه "مع مراعاة أحكام الفقرتين (ب وج) من هذه المادة تقام الدعوى لدى المحكمة باستدعاء خطي يقدم إليها خلال (60) يوماً من تاريخ تبليغ القرار الإداري المشكو منه للمستدعي أو من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية أو بأية طريقة أخرى إذا كان التشريع ينص على العمل بالقرار من ذلك التاريخ أو يقضي بتبليغه لذوي الشأن بتلك الطريقة".

---

[1] أنظر المادة (23) من نظام العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (37) لسنة 2000 .

[2] منشور في الجريدة الرسمية عدد 3813، تاريخ 3/25/ 1992، ص 516.

بينما يتيح قانون العلامات التجارية الفرصة للكافة بأن يطلعوا على طلب تسجيل العلامة التجارية و يجوز لأي شخص يعتقد بأن تسجيل العلامة التجارية المتضمنة في طلب التسجيل سوف يخالف الحماية القانونية الممنوحة لعلامة تجارية مستعملة، أن يعترض على تسجيل العلامة التي يتضمنها الطلب لدى مسجل العلامات التجارية وذلك خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر إعلان تقديم الطلب أو أية مدة أخرى تعين لهذا الغرض[1].

ويجب أن يكون الاعتراض عن طريق إشعار خطي يقدمه المعترض إلى مسجل العلامات وفق نموذج معين يعترض فيه على تسجيل تلك العلامة والأسباب الموجبة لهذا الاعتراض[2].

---

(1) أنظر المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999 .

(2) أنظر المادة (2/14) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999

وقد بينت المادتان (34 و35) من نظام العلامات التجارية الأصول المتبعة بخصوص الاعتراض إذ يجب أن يرسل إشعارا خطيا إلى مكتب المسجل بخصوص الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية ويكون هذا الاعتراض وفق نموذج مقرر لهذه الغاية تذكر فيه أسباب الاعتراض على التسجيل ، وإذا كان سبب الاعتراض هو وجود علامات تجارية مسجلة مشابهة للعلامة المنوي تسجيلها يجب ذكر أرقام تلك العلامات وأعداد الجريدة الرسمية التي نشرت فيها .

ويجب أن يقدم الاعتراض على نسختين يرسل المسجل أحداهما إلى طالب التسجيل، ويجب على طالب التسجيل خلال مدة شهر واحد إرسال لائحة جوابية إلى المسجل متضمنة الأسباب التي يستند إليها في الطلب الذي قدمه لتسجيل العلامة التجارية ، وعدم قيامه بالرد يعتبر وكأنه قد تخلى عن طلبه.

وقد رسمت المواد (36-39) من نظام العلامات التجارية الطريق لتبادل اللوائح المسماة فيه بالبينات بين الطالب والمعترض، فإذا رغب الطالب في دحض الاعتراض وجب عليه تقديم اعتراضه خلال شهر واحد من استلامه نسخة الاعتراض أو أية مدة أخرى يسمح بها المسجل وفق النموذج المقرر مبينا فيه الأسباب التي تدحض فيه الاعتراض وعليه أن يرسل نسخة من الاعتراض إلى المعترض.

ويستطيع المعترض خلال شهر واحد أيضا من استلامه نسخة الاعتراض أو خلال المدة الأخرى التي يسمح بها المسجل أن يودع لدى مكتب المسجل البينات التي يستند إليها لتأييد اعتراضه ويرسل نسخة من الاعتراض إلى الطالب، وتقاعس المعترض على التسجيل عن إرسال لائحة جوابية يترتب عليها قرينة تخليه عن الطلب. انظر المواد (38/37/36/24) من نظام العلامات التجارية الأردني. والمادة (3/14) من قانون العلامات التجارية الأردني. بعد أن يرد طالب التسجيل بلائحة جوابية على المعترض، يقوم المسجل بإبلاغ نسخة منها للأشخاص

6.2.2.2 قيد الاسم في السجل التجاري وإصدار شهادة بالتسجيل

عند قبول المسجل الطلب المقدم لتسجيل الاسم التجاري، فعليه قيد بياناته في السجل التجاري، بعد دفع الرسم المقرر. وبعد ذلك يصدر مسجل الأسماء التجارية شهادة الاسم التجاري التي تمنح إلى مالكه[1].

أما بالنسبة للعلامات التجارية فبعد مرور المدة المحددة لنشر طلب شطب العلامة التجارية وعدم اعتراض أي أحد على تسجيل العلامة التجارية التي يحتويها الطلب، أو بصدور قرار مسجل العلامات أو المحكمة برد الاعتراض المقدم على تسجيل العلامة التجارية وقبول تسجيل هذه العلامة، يترتب على مسجل العلامات التجارية أن يقوم بإتمام إجراءات تسجيل العلامة التجارية في سجل العلامات والعمل بالقرار المؤيد لطلب التسجيل والقيام بتسجيله وإصدار شهادة بتسجيل العلامة حسب النموذج المقرر[2].

ويجري قيد العلامة التجارية في السجل وفقا للأصول والإجراءات المنصوص عليها في نظام العلامات التجارية[3]، ويجب أن يقيد المسجل العلامة التجارية في السجل بالسرعة الممكنة بعد مضي ثلاثة أشهر من تاريخ نشر الطلب في الجريدة

المعترضين على التسجيل، وتقع عليه مسؤولية تقرير ما إذا كان يجب السماح بالتسجيل والشروط التي يجب مراعاتها فيه وذلك بعد النظر في البينات التي قدمها كل منهم وبعد سماع الفرقاء إن اقتضى الأمر ذلك. ويكون قرار مسجل العلامات التجارية قابلا للطعن بالاستئناف أمام محكمة العدل العليا وذلك خلال 20 يوما من تاريخ قرار المسجل .

وتنظر محكمة العدل العليا في قرارات مسجل العلامات التجارية وفق نفس الأصول المتبعة أمامها للطعن في القرارات الإدارية، فتسمع مرافعات الفرقاء، ومسجل العلامات إن اقتضى الأمر ذلك، وتنظر في البينات الخطية المقدمة من الفرقاء، وبناء على ذلك تصدر قرارها من حيث السماح بتسجيل العلامة التجارية والشروط التي ينبغي مراعاتها في تلك العلامة، أو بتعديل العلامة التجارية ونشرها معدلة حسب قرار المحكمة، كما يجوز تقديم أدلة أخرى أمام محكمة العدل العليا بعد الحصول على إذن خاص من المحكمة. انظر المادة (14) بفقراتها (4،5،6،7،9) من قانون العلامات التجارية الأردني.

[1] انظر المادة (7/ج) من قانون الأسماء التجارية.

[2] أنظر المادة (2/15) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل لسنة 1999 .

[3] أنظر المادتين (47 و48) من نظام العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (37) لسنة 2000 .

الرسمية وبعد دفع الرسوم المقررة[1]، ويجب أن يتضمن القيد إشارة إلى تاريخ التسجيل والبضاعة التي سجلت العلامة التجارية بشأنها وتفاصيل أخرى قد يراها المسجل ضرورية[2].

3.2 الحماية القانونية للأسماء التجارية

أقرت التشريعات الأردنية حماية واسعة للأسماء التجارية بموجب العديد من القوانين أهمها قانون الأسماء التجارية والقانون المدني وقانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية، حيث وفّر القانون المدني الأردني الحماية المدنية للأسماء التجارية من خلال نص المادة (256) منه، والتي تنص على أنه "كل إضرّار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر"، وبناءً على هذه المادة فإنه يحق لمالك الاسم التجاري الذي تم الاعتداء على اسمه طلب التعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء هذا الاعتداء، وللمحكمة المختصة وفقاً للقواعد العامة للمسؤولية التقصيرية تقدير قيمة التعويض لمالك الاسم التجاري.

أما قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية رقم (15) لسنة (2000) فقد وفر أيضاً الحماية المدنية للأسماء التجارية في حالة القيام بأعمال المنافسة غير المشروعة، وذلك من خلال نص المادة (3) منه والتي تناظر المادة (12) من قانون الأسماء التجارية والتي سنبحثها لاحقاً.

أقر قانون الأسماء التجارية الأردني الحماية القانونية للأسماء التجارية من خلال وسيلتين قانونيتين أولهما: الدعوى المدنية المقدمة من مالك الاسم التجاري لمنع التعدي على اسمه التجاري، وثانيهما: الدعوى الجزائية لحماية الاسم التجاري، وبناءً على ما تقدم سوف نقسم الجزء إلى ثلاثة أقسام نتناول في القسم الأول الدعوى المدنية لحماية

---

[1] أنظر المادة (1/47) من نظام العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (37) لسنة 2000 .

[2] أنظر المادة (2/47) من نظام العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (37) لسنة 2000 .

الأسماء التجارية بينما نتناول في القسم الثاني شطب الاسم التجاري، أما في القسم الثالث فنتناول الدعوى الجزائية لحماية الأسماء التجارية.

1.3.2 الدعوى المدنية لحماية الأسماء التجارية

فصلت المادة (12) من قانون الأسماء التجارية صور الحماية المدنية المقررة للاسم التجاري من خلال الدعوى المدنية المقامة من مالك الاسم التجاري لمنع التعدي على اسمه التجاري، حيث نصت على أنه "لمالك الاسم التجاري عند إقامة دعواه المدنية لمنع التعدي على الاسم التجاري أو في أثناء النظر في هذه الدعوى، أن يقدم طلباً إلى المحكمة المختصة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبَلَها لاتخاذ أي من الإجراءات التالية:

1. وقف التعدي.
2. الحجز التحفظي على أي بضائع أو مواد ذات صلة بالتعدي أينما وجدت.
3. المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي.

ب. 1. لمالك الحق، قبل إقامة دعواه، إن يقدم طلباً إلى المحكمة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها لاتخاذ أي من الإجراءات المنصوص عليها في الفقرة (أ) من هذه المادة، إذا أثبت أيّاً مما يلي:

أ. أي أن التعدي قد وقع على الاسم التجاري.

ب. أن التعدي أصبح وشيك الوقوع وقد يلحق به ضرراً يتعذر تداركه.

ج. أنه يخشى من اختفاء الدليل على التعدي أو إتلافه.

2. إذا لم يقم مالك الحق في الاسم التجاري دعواه خلال ثمانية أيام من تاريخ إجابة المحكمة لطلبه فتعتبر الإجراءات المتخذة بهذا الشأن ملغاة.

3. للمستدعي ضده أن يستأنف قرار المحكمة باتخاذ الإجراءات التحفظية لدى محكمة الاستئناف خلال ثمانية أيام من تاريخ تفهمه أو تبلغه له ويكون قرارها قطيعاً.

4. وللمستدعي ضده المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر إذا أثبت أن المستدعي غير محق في طلبه باتخاذ الإجراءات التحفظية أو أنه لم يقم دعواه خلال المدة المقررة في البند (2) من هذه الفقرة.

ج. للمدعى عليه المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر إذا ثبت بنتيجة الدعوى أن المدعي غير محق في دعواه.

د. للمحكمة أن تستعين في جميع الأحوال بآراء ذوي الخبرة والاختصاص.

هـ. للمحكمة أن تقرر مصادرة أي مواد أو أدوات متعلقة بالتعدي أو مستعملة بصورة رئيسية في التعدي على الاسم التجاري ولها أن تقرر إتلاف هذه المواد أو الأدوات أو التصرف بها في أي غرض غير تجاري".

بدايةً، وقبل أن نوضح صور الحماية المدنية المقررة للاسم التجاري من خلال الدعوى المدنية المقامة من مالك الاسم التجاري، فإننا نلاحظ أن هذه المادة لا تتفق والمبادئ العامة في القانون المدني الأردني، وذلك على النحو التالي:

أولاً: بالنسبة للفقرة (أ) من هذه المادة التي تعطي الحق بإقامة الدعوى المدنية لمنع التعدي على الاسم التجاري لمالك الاسم التجاري فقط، والتي تضيق بذلك من نطاق الحماية المدنية المقررة للاسم التجاري مقارنة بالحماية المدنية المقررة له في القانون المدني الأردني التي تجيز رفع الدعوى المدنية من قبل مالك الاسم التجاري ذاته كما يجوز رفعها من قبل المتضرر، هذا من جهة ومن جهة أخرى يؤخذ على المشرع الأردني أنه فرض الحماية المدنية للاسم التجاري قبل وقوع التعدي عليه بإيراده عبارة "لمنع التعدي على الاسم التجاري" وذلك من خلال الإجراءات التالية:

1. وقف التعدي.
2. الحجز التحفظي على أي بضائع أو مواد ذات صلة بالتعدي أينما وجدت.
3. المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي.

وهذه الإجراءات كلها تكون بعد وقوع التعدي وليس قبله. وإننا نرى أنه من الأفضل حذف عبارة " لمنع التعدي على الاسم التجاري".

ثانياً: أما بالنسبة للبند (2) من الفقرة (أ) من هذه المادة والتي تمنح مالك الاسم التجاري لمنع التعدي على اسمه التجاري، أن يقدم طلباً إلى المحكمة المختصة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها، للحجز التحفظي على أي بضائع أو مواد ذات صلة بالتعدي أينما وجدت.

ويمكن تعريف الحجز التحفظي بأنه "وسيلة وضعها المشرع بيد الدائن ليصل عن طريقها إلى المحافظة على حقه المهدد بالضياع إذا توافرت شروطه وتكون المحافظة على حق الدائن بضبط أموال المدين ووضعها تحت يد القضاء لمنع المدين من التصرف بها أو القيام بأي عمل مادي أو قانوني من شأنه إخراج هذه الأموال من ملكية المدين وذلك لكي يتمكن الدائن الحاجز من استيفاء حقه في النهاية من المدين الممتنع عن تنفيذ ما التزم به"[1].

بناءً على ما تقدم فإنه يشترط لإلقاء الحجز التحفظي على أموال المدين أن يكون:

1. مقدار الدين معلوماً (محدد المقدار).
2. أن يكون الدين مستحق الأداء وغير معلق على شرط.

ويمكننا القول أنه حتى يتم إلقاء الحجز التحفظي على أموال المدين فإنه يشترط لذلك أن يكون هناك دين محدد المقدار ومستحق الأداء وهذا غير متحقق في المادة (2/أ/12) والتي تقرر إلقاء الحجز التحفظي لمنع التعدي على الاسم التجاري على أية بضائع أو مواد ذات صلة بالتعدي أينما وجدت، كما إننا نرى أن قصد المشرع اتجه هنا إلى إجراء الكشف المستعجل لإثبات الحالة بدلاً من الحجز التحفظي للحفاظ على البضائع أو المواد ذات الصلة بالتعدي على الاسم التجاري؛ حيث أنه قرر إلقاء الحجز التحفظي هنا على (أي بضائع أو مواد ذات صلة بالتعدي أينما وجدت) مخالفاً بذلك القواعد العامة في القانون المدني التي تفرض إلقاء الحجز التحفظي على أموال المدين،

---

(1) القاضي محمد طلال الحمصي، أنواع الطلبات المستعجلة وفق قانون أصول المحاكمات المدنية، محاضرة للمحامين المتدربين، 2004، نقابة المحامين، عمان، ص13.

إذا كان للدائن الحاجز دينٌ على المدين المحجوز على أمواله وامتنع عن تنفيذ التزامه به. وذلك من أجل استيفاء دينه من أموال المدين، على خلاف الحال في هذا النص الذي يقرر الحجز التحفظي لمنع التعدي على الاسم التجاري.

ثالثاً: أما بالنسبة للبند (3) من الفقرة (أ) من هذه المادة التي تمنح مالك الاسم التجاري المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي لمنع التعدي على اسمه التجاري، فإننا نرى أن هذا النص لا يمكن أن يوفر الحماية للاسم التجاري وإنما هو وسيلة لإثبات التعدي على الاسم التجاري ويمكن إثباته إذا استعاض المشرع بعبارة (إجراء الكشف المستعجل لإثبات الحالة) بدلاً من البندين (2 و3) من هذه المادة ونتأمل مستقبلاً أن يوفر المشرع الأردني الحماية المدنية للاسم التجاري، من خلال وقف التعدي والتعويض وشطب الاسم التجاري بنص مستقل عن وسائل إثبات التعدي على الاسم التجاري.

رابعاً: أما بالنسبة للفقرة (ب) من هذه المادة، فقد منح المشرع الأردني من خلالها لمالك الحق على الاسم التجاري قبل إقامة دعواه لمنع التعدي على الاسم التجاري أن يقدم طلباً إلى المحكمة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها لاتخاذ أي من الإجراءات التالية والمنصوص عليها في الفقرة (أ) من هذه المادة، وهي: "وقف التعدي أو الحجز التحفظي على البضائع أو المواد ذات الصلة بالتعدي أو المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي"، إذا أثبت "أن التعدي قد وقع على الاسم التجاري أو أن التعدي أصبح وشيك الوقوع وقد يلحق به ضرراً يتعذر تداركه أو أنه يخشى من اختفاء الدليل على التعدي أو إتلافه".

فالتساؤل الذي يدور في أذهاننا هنا هو مدى الفائدة التي يمكن أن تتحقق لمالك الاسم التجاري المعتدى عليه إذا أثبت وقوع التعدي أو أنه وشيك الوقوع خاصة وأنه يترتب له إن قام بذلك الإثبات طلب (الحجز التحفظي على البضائع ذات الصلة بالتعدي أو المحافظة على الأدلة ذات الصلة بالتعدي).

وإننا نرى هنا أنه كان من الأفضل للمشرع الأردني أن يستعيض (بمصادرة أو إتلاف البضائع أو المواد ذات الصلة بالتعدي على الاسم التجاري) عن طلب الحجز التحفظي لهذه البضائع أو المواد ذلك أنه لا يمكن تحقق الحجز التحفظي قانوناً في هذه الحالة لا لمنع التعدي على الاسم التجاري ولا كوسيلة لإثبات التعدي على الاسم التجاري من جهة وإضافة طلب التعويض عن التعدي على الاسم التجاري من جهة أخرى للإجراءات المنصوص عليها في الفقرة (أ) من المادة (12) من قانون الأسماء التجارية.

خامساً: بالنسبة للبند (3) من الفقرة (ب) والتي تمنح المستدعي ضده لاستئناف قرار المحكمة بشأن اتخاذ الإجراءات التحفظية مدة (ثمانية أيام من تاريخ تفهمه أو تبلغه قرار المحكمة).

وإننا نرى أنه لتوحيد مهل الطعن في القرار المستعجل لكل من المستدعي والمستدعى ضده وانسجاماً مع القواعد العامة في قانون أصول المحاكمات المدنية أن تكون مدة الاستئناف عشرة أيام تلي تاريخ صدور القرار إذا كان وجاهياً أو تبليغه إذا صدر بغياب المستأنف، عوضاً عن الثمانية أيام السابق ذكرها.

2.3.2 شطب الاسم التجاري

يعتبر شطب الاسم التجاري من وسائل الحماية المدنية للاسم التجاري والذي يتم من خلال دعوى مدنية ترفع أمام المحكمة المختصة، ونظراً لأهمية هذه الوسيلة، فقد أفردنا لها بنداً مستقلاً نحاول من خلاله معالجة هذا الموضوع بالنظر إلى كون شطب الاسم التجاري وسيلة لحماية الاسم التجاري هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى سندرسه باعتباره جزاءً يطبق على مالك الاسم التجاري المخالف للقانون.

1.2.3.2 الشطب كوسيلة من وسائل الحماية المدنية للاسم التجاري

منح قانون الأسماء التجارية لمسجل الأسماء التجارية سلطة شطب الاسم التجاري من سجل الأسماء التجارية وذلك في حالات ذكرها المشرع حصراً في المادة (11) منه حيث نصت على أنه " أ- للمسجل من تلقاء نفسه أو بناء على طلب يقدم من شخص ذي مصلحة أن يقرر شطب الاسم التجاري من السجل وذلك في أي من الحالات التالية:

1- إذا كان تسجيله قد تم خلافاً لأحكام هذا القانون والأنظمة الصادرة بمقتضاه.

2- بناء على قرار من المحكمة المختصة .

3- إذا ثبت عدم مزاولة مالكه للتجارة لمدة خمس سنوات متصلة.

ب- على الرغم مما ورد في البندين (1) و(2) من الفقرة (أ) من هذا المادة، لا يشطب الاسم التجاري الذي تم تسجيله لأي شخص، إذا توافرت الشروط التالية :-

1- أن يكون تسجيله تم خلافاً لأحكام الفقرات (أ،ب،ج،د،ز) من المادة (5) من هذا القانون .

2- أن يكون قد مضى على تسجيله أكثر من خمس سنوات .

3- أن يكون الشخص الذي سُجل باسمه حسن النية .

لا يحول ذلك دون حق المالك الأصلي للاسم التجاري في تسجيله شريطة أن يقوم المسجل بتمييز كل منهما بما يمنع اللبس لدى الجمهور .

ج- يكون قرار المسجل بشطب الاسم التجاري من السجل قابلاً للطعن لدى محكمة العدل العليا".

وللوقوف على قصد المشرع من هذه المادة، فإننا سوف ندرسها من خلال الوقوف على إجراءات شطب الاسم التجاري من جهة وحالات شطب الاسم التجاري من جهة أخرى على التوالي.

أولاً: إجراءات شطب الاسم التجاري

لم يبين قانون الأسماء التجارية إجراءات شطب الاسم التجاري، وإنما أحال بموجب المادة (19) منه بهذا الشأن[1]، إلى نظام الأسماء التجارية رقم (116) لسنة 2004[2]، وبالرجوع إلى نظام الأسماء التجارية نجد أن إجراءات شطب الاسم التجاري هي كالتالي:

1- طلب الشطب: سوف نعالج هذا الموضوع من خلال ثلاث نقاط هي:

أ- تعريف طلب شطب الاسم التجاري.

ب- ممن يقدم هذا الطلب .

ج- مشتملات طلب الشطب.

أ. تعريف طلب شطب الاسم التجاري

عرفت المادة (2/أ) من نظام الأسماء التجارية طلب شطب الاسم التجاري بأنه "طلب شطب الاسم التجاري الذي يقدم إلى مسجل الأسماء التجارية وفقاً لأحكام القانون وهذا النظام ".

يتضح لنا من نص هذه المادة أن طلب شطب الاسم التجاري هو طلب يقدم إلى مسجل الأسماء لشطب الاسم التجاري المسجل ويشترط لهذا الطلب أن يكون موافقاً لأحكام هذا القانون وهذا النظام .

ب. ممن يقدم طلب شطب الاسم التجاري

يمكننا الإجابة على هذا السؤال مستعينين بنص المادة (11/أ) من قانون الأسماء التجارية حيث أوضحت بصريح العبارة أن طلب شطب الاسم التجاري يقدم من شخص ذي مصلحة. -وعلى سبيل المثال- إن الخلف العام والخاص وأي شخص يستخدم الاسم

---

(1) المادة (19) من قانون الأسماء التجارية "يصدر مجلس الوزراء الأنظمة اللازمة لتنفيذ أحكام هذا القانون بما فيها:-

أ- رسوم تسجيل الاسم التجاري

ب- الاجراءات والمدد والرسوم والبينات والتبليغات المتعلقة بطلب الغير شطب الاسم التجاري من السجل ".

(2) منشور في الجريدة الرسمية عدد 4677، تاريخ 2004/9/30، ص4616.

التجاري في الخارج يعتبرون ذوي مصلحة بطلب شطب الاسم التجاري الذي يلحق بقاءه مسجلاً الضرر بهم .

ج. **مشتملات طلب شطب الاسم التجاري**[1].

أ- يقدم طلب الشطب إلى المسجل موقعاً من طالب الشطب ومرفقاً به لائحة من نسختين تتضمن ما يلي:

1- اسم طالب الشطب وعنوانه.

2- اسم مالك الاسم التجاري المطلوب شطبه وعنوانه .

3- ملخصاً عن وقائع طلب الشطب بشكل متسلسل والأسباب القانونية للطلب .

4- الطلبات المحددة لطالب الشطب .

ب- يرفق طالب الشطب مع الطلب واللائحة، والبينات اللازمة لدعم طلبه إن وجدت .

سبق وأن ذكرنا أن المشرع الأردني اشترط أن يذكر طالب الشطب في طلبه اسم طالب الشطب وعنوانه وكذلك اسم مالك الاسم التجاري المطلوب شطبه وعنوانه وذلك حتى يتمكن المسجل من تبليغ مالك الاسم التجاري نسخه من طلب الشطب مرفقاً به اللائحة والبينات[2].

وهذا أيضاً ما أكدته المادة (7) من نظام الأسماء التجارية حيث نصت الفقرة (أ) منها على أنه "يترتب على كل مالك لاسم تجاري وطالب الشطب أن يزود المسجل بعنوان كامل وواضح له على الأنموذج المعتمد لهذه الغاية، وتكون إجراءات التبليغ عليه في جميع الأحوال قانونية وصحيحة. وللتأكيد على أهمية ذكر العنوان الصحيح أن المشرع اشترط في الفقرة (ب) من المادة سابقة الذكر: إذا تم إجراء أي تغيير على عنوان مالك الاسم التجاري أو طالب الشطب فيجب عليه أن يرسل إشعاراً بذلك إلى

---

(1) أنظر المادة (3 /أ وب) من نظام الأسماء التجارية الأردني.

(2) انظر المادة (3 /ج) من نظام الأسماء التجارية الأردني.

المسجل على الأنموذج المعتمد لهذه الغاية لإدخال ذلك التغيير في ملف الاسم التجاري وإلا تعتبر إجراءات التبليغ على عنوانه الأول قانونيه وصحيحة[1].

.2 تبادل اللوائح

إذا رغب مالك الاسم التجاري في الرد على طلب الشطب فعليه خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تبليغه طلب الشطب واللائحة والبينات المرفقة به، أن يودع لدى المسجل لائحة جوابيه من نسختين يضمنها أسباب الرد على الطلب مرفقاً بها البينات التي تؤيد رده إن وجدت، ويبلغ المسجل طالب الشطب خلال مدة لا تتجاوز خمسة عشر يوماً نسخه من اللائحة الجوابية لمالك الاسم التجاري وبيناته وإذا لم يتقدم مالك الاسم التجاري بالرد على طلب الشطب فللمسجل أن يتخذ قراراً بشأنه. كما يحق لطالب

---

(1) أما فيما يتعلق بالتبليغات فقد نظمت هذا الموضوع المواد (8و9و10) من نظام الأسماء التجارية على النحو التالي :-

- المادة (8) يتم إجراء أي تبليغ تقتضيه أحكام هذا النظام بإرسال البعيثة بالبريد المسجل على عنوان الطرف المطلوب تبليغه كما هو مثبت لدى المسجل، ويعتبر تبليغ هذا الطرف قد تم بصورة قانونية وصحيحة بعد عشرة أيام من تاريخ إيداع البعيثه في البريد إلا إذا أعيدت نتيجة عدم التبليغ خلال هذه المدة لأي سبب كان .
- المادة (9/أ) يجوز إجراء التبليغات للبعائث الصادرة عن المسجل داخل المملكة وخارجها بواسطة الشركة المعتمدة وفقاً لأحكام قانون أصول المحكمات المدنية النافذة المفعول ونظام تبليغ الأوراق القضائية بواسطة الشركات النافذ المفعول والتي يتم الاتفاق معها لهذه الغاية بناء على طلب خطي يتقدمه إلى المسجل طالب التبليغ وعلى نفقته .

ب- إذا تعذر إجراء التبليغ بالبريد المسجل أو بواسطة الشركة وفقاً لأحكام هذا النظام فعلى المسجل أن يقرر إجراء التبليغ بنشر إعلان في صفحتين محليتين يوميتين على نفقة طالب التبليغ، على أن يتضمن الإعلان إشعاراً بضرورة مراجعة المطلوب تبليغه للمسجل وذلك لتسلم الوثائق خلال عشرة أيام على الأكثر من تاريخ النشر .

- المادة (10) يعتبر التبليغ منتجاً لإثارة القانونية في أي من الحالت التالية :-

أ- إذا تم وفقاً لأحكام هذا النظام.

ب- بحضور المطلوب تبليغة أمام المسجل في أي إجراء من إجراءات طلب الشطب .

ج- بانتهاء المدة المنصوص عليها في المادة (8) من هذا النظام .

د- بانتهاء المدة المنصوص عليها في الفقرة (ب) من المادة (9) من هذا النظام.

الشطب الرد على اللائحة الجوابية البينات التي تدحض بيناته خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ تبليغه بها، وينبغي أن تنحصر هذه البينات في الرد على بينات مالك الاسم التجاري[1].

3. ختام البينة

بعد أن يتم تبادل اللوائح بين طالب الشطب ومالك الاسم التجاري وتقديم بينات كل منهما يصدر المسجل قرار بختام البينة، وفي هذه الحالة، لا يجوز لأي من طرفي النزاع المتعلق بطلب الشطب تقديم أي بينة أخرى وفقا لأحكام المادة (4/ج) من نظام الأسماء التجارية. حيث نصت على أنه "إذا أصدر المسجل قرارا بختام البينة لا يجوز لأي من طرفي النزاع المتعلق بطلب الشطب تقديم أي بينة أخرى غير أصول البينات التي كان قد قدم نسخا أو صورا مصدقة عنها". ولكن يؤخذ على المشرع الأردني هنا انه أجاز بعد إصدار المسجل قراره بختام البينة تقديم أصول البينات التي سبق وقدم نسخا أو صورا مصدقة عنها لما في ذلك من تكرار لهذه البينات التي سبق وان قدمت خاصة وان الصورة أو النسخة المقدمة مصدقة وهذا يعني أنها طبق الأصل فهذا نص لا مبرر له في رأينا، وإننا نرى أنه من الأفضل شطبه.

4. سماع أقوال الطرفين أو (المصالحة)

نصت المادة (6/أ) من نظام الأسماء التجارية على أنه "يعين المسجل موعدا لسماع أقوال الطرفين عند الانتهاء من تبادل اللوائح أو عند ختام البينة أن وجدت، ويعطى الطرفان مدة لا تقل عن خمسة عشر يوما تسبق الموعد ويترتب على الطرف الذي يرغب في بسط أقواله أمام المسجل أن يبلغه بذلك قبل انتهاء هذا الموعد تحت طائلة عدم سماع أقواله".

---

[1] انظر المادة (4/أ وب) من نظام الأسماء التجارية الأردني.

يتضح لنا أن هذا النص لا يخلو من الغموض ومن بعض المثالب التي تعيق تطبيقه، فهذا النص مقسم إلى ثلاثة أجزاء، **الجزء الأول** منه "يعين المسجل موعدا لسماع أقوال الطرفين عند الانتهاء من تبادل اللوائح أو عند ختام البينة إن وجدت."

كان المشرع الأردني موفقاً عندما أوجب على المسجل تعيين موعد لسماع أقوال الطرفين عند الانتهاء من تبادل اللوائح وقبل ختام البينة. ولكن مما يؤخذ على المشرع أنه أوجب على المسجل تعيين جلسة لسماع أقوال الطرفين عند ختام البينة إن وجدت، فما هو أساس مثل هذا الطلب إن لم يكن مؤسسا على بينات تثبته. كما أن سماع أقوال كلا من الطرفين قد تفضي إلى لزوم تقديم بينات أخرى لإثبات صحة مّا قالوه وهذا لا يتحقق بعد ختام البينة خاصة وان المشرع قد حصر بينات طالب الشطب في البينات التي تدحض بينات مالك الاسم التجاري.

أما الجزء الثاني، "ويُعطى الطرفان مدة لا تقل عن خمسة عشر يوما تسبق ذلك الموعد". يؤخذ على المشرع الأردني في هذا الجزء أنه لم يوضح لماذا منح المشرع الطرفين هذه المدة. إلا انه ومن خلال العبارة التي تلي هذه العبارة، يتضح لنا أن هذه المدة لإبداء أحد الأطراف رغبته في بسط أقواله. ويعين المسجل هذه المدة كما سبق وذكرنا إما عند الانتهاء من تبادل اللوائح أو عند ختام البينة.

الجزء الثالث، "ويترتب على الطرف الذي يرغب في بسط أقواله أمام المسجل أن يبلغه بذلك قبل انتهاء هذا الموعد تحت طائلة عدم سماع أقواله". يتضح من هذا الجزء أن على الطرف الذي يرغب في بسط أقواله أمام المسجل أن يبلغ المسجل بهذه الرغبة قبل انتهاء الموعد الذي عينه المسجل لسماع أقوال الطرفين وهذا تحت طائلة عدم سماع أقواله، وقد أوضحت ذلك الفقرة (ب) من المادة (6) حيث أنها منحت المسجل سلطة البت في طلب الشطب دون سماع أقوالهما إذا لم يبدِ أي منهما رغبته بذلك.

5. إصدار القرار

يصدر المسجل قراره بشأن طلب الشطب بعد سماع أقوال الطرفين أو الطرف الذي رغب في بسط أقواله. وإذا لم يرغب أي منهما في ذلك فللمسجل البت في الطلب دون سماع أقوالهما[1]. وقد يصدر المسجل قراره خلال مدة لا تزيد على ثلاثين يوما من تاريخ الانتهاء من سماع أقوال الطرفين. ويكون قراره إما برفض طلب الشطب أو بشطب الاسم التجاري، ويبلغ المسجل قراره إلى الطرفين[2]. ويكون قرار المسجل بشطب الاسم التجاري من السجل قابلا للطعن لدى محكمة العدل العليا[3].

ثانياً: حالات شطب الاسم التجاري

نص قانون الأسماء التجارية على الحالات التي يترتب على توافرها للمسجل من تلقاء نفسه أو بناء على طلب ذي المصلحة شطب الاسم التجاري وهي:-

1. إذا كان تسجيل الاسم التجاري قد تم خلافا لأحكام هذا القانون والأنظمة الصادرة بمقتضاه[4]. فمثلا يجوز للمسجل شطب الاسم التجاري المطابق أو المشابه لاسم تجاري أو لعنوان تجاري مملوك للغير والمستعمل للنوع ذاته من التجارة، وكذلك يجوز للمسجل شطب الاسم التجاري المطابق أو المشابه لعلامة تجارية أو لاسم تجاري مشهور أو لعلامة تجارية مشهورة كما سبق بيانه إلا انه وفي هذه الحالات لا يجوز شطب الاسم التجاري إذا كان قد مضى على تسجيله أكثر من خمس سنوات وكان مالكه حسن النية[5].

كما أنه للمسجل شطب الاسم التجاري المسجل بغير اللغة العربية إن لم تتوفر شروط هذا التسجيل حسب المادة (6) من قانون الأسماء التجارية. وكذلك يجوز شطب

---

(1) انظر المادة (6/ب) من نظام الأسماء التجارية.

(2) انظر المادة (6/ج) من نظام الأسماء التجارية.

(3) انظر المادة (11/ج) من قانون الأسماء التجارية.

(4) انظر المادة (11/أ/1) من قانون الأسماء التجارية.

(5) انظر المادة (11/ب) من قانون الأسماء التجارية.

الاسم التجاري المخالف للنظام العام والآداب العامة وغير ذلك من الأسماء التي تؤدي إلى تضليل الجمهور وأي اسم تجاري مخالف لأحكام هذا القانون أو الأنظمة الصادرة بمقتضاه.

2. بناءً على قرار من المحكمة المختصة بنظر منازعات الأسماء التجارية[1]، وفي هذا المجال هنالك مأخذ كبير على المشرع الأردني حيث جعل تنفيذ قرار المحكمة المختصة بشطب الاسم التجاري موقوفا على إرادة المسجل. ولم يكتفِ المشرع الأردني بذلك، بل حرم الحكم القضائي من قوة النفاذ حيث نصت المادة (11 /ب) "على الرغم مما ورد في البندين (1) و (2) من الفقرة (أ) من هذه المادة، لا يشطب الاسم التجاري الذي تم تسجيله لأي شخص، إذا توافرت الشروط التالية...".

3. إذا ثبت عدم مزاولة مالك الاسم التجاري للتجارة لمدة خمس سنوات متصلة، ويتم التثبت من عدم مزاولة مالك الاسم التجاري للتجارة هذه المدة من خلال شهادات الترخيص الممنوحة له من وزارة الصناعة والتجارة.

4. يتم بقرار من المسجل شطب جميع الأسماء التجارية التي لم يتقدم مالكوها بإبداء رغبتهم في الاحتفاظ بها خلال ثلاث سنوات من تاريخ سريان أحكام هذا القانون[2]. حيث يتم شطب الاسم التجاري إذا لم يقم مالكه قبل نفاذ أحكام قانون الأسماء التجارية المؤقت الجديد بتوفيق أوضاعه وفقا لأحكام هذا القانون على النحو التالي[3]:

أ. يقدم مالك الاسم التجاري إشعاراً للمسجل يؤكد فيه رغبته في الاحتفاظ بهذا الاسم على الإنموذج المعد في وزارة الصناعة والتجارة لهذه الغاية، وذلك خلال ثلاث سنوات من تاريخ سريان أحكام هذا القانون.

---

(1) انظر المادة (13) من قانون الأسماء التجارية.

(2) انظر المادة (9/ب) من قانون الأسماء التجارية.

(3) انظر المادة (9/أ) من قانون الأسماء التجارية.

ب. يتم وضع إشارة في السجل من قبل المسجل تؤكد رغبة مالك الاسم التجاري في الاحتفاظ به.

البند الثاني: الشطب باعتباره جزاء يطبق على مالك الاسم التجاري المخالف للقانون.

كما يعتبر شطب الاسم التجاري وسيلة للحماية المدنية فإنه يمكن اعتباره جزاءً يطبق على مالك الاسم التجاري، والذي حصل عليه بالمخالفة لقواعد القانون.

وتبرز فكرة الشطب كجزاء عندما يتعلق الموضوع بوجود اسم تجاري قد تم تسجيله خلافاً لما ينص عليه القانون واستعمله مالكه مع وجود هذه المخالفة، ففي هذه الحالة، فإنه يكون لكل ذي مصلحة أن يطالب بشطب الاسم التجاري وذلك في دعوى يرفعها أمام المحكمة المختصة، فإذا حكمت المحكمة بشطب هذا الاسم التجاري فإن ذلك يعني حرمان من سجله دون احترام قواعد القانون -وهو مالكه- من حق استعماله وفي هذا جزاء لهذا الأخير على مخالفته لأحكام القانون.

وبذلك يمكننا القول بأن شطب الاسم التجاري يمكن أن يستعمل على وجهين، الأول هو وسيلة لحماية الحق على الاسم التجاري، والثاني كونه جزاءً على عدم الالتزام بأحكام ونصوص القانون الناظمة لتسجيل الأسماء التجارية.

3.3.2 الدعوى الجزائية

فرض قانون الأسماء التجارية حماية جزائية للاسم التجاري لوقف التعدي عليه وذلك من خلال المادتين (14و15) منه، حيث نصت المادة (14) على أنه:

"أ. على كل من يرغب في استعمال اسم تجاري أن يقوم بتسجيله في السجل وفقاً لأحكام هذا القانون.

ب. يعاقب كل من استعمل اسم تجاري دون تسجيله في المملكة بغرامة لا تقل عن ماية دينار ولا تزيد عن ألف دينار على أن تضاعف العقوبة في حالة التكرار.

ج. على الرغم مما ورد في الفقرتين (أ) و (ب) من هذه المادة، لا يحول عدم تسجيل الاسم التجاري دون حق مالكه في الحماية المترتبة له بموجب المادة (11) من هذا القانون".

يتضح لنا من هذا النص، أن عدم تسجيل الاسم التجاري لا يحول دون حق مالكه في الحماية المترتبة له بموجب أحكام هذا القانون، بينما تنص المادة (15) على أنه "يعاقب بغرامة لا تقل عن (500) دينار ولا تزيد على (1500) دينار كل من:

أ. استعمل اسماً تجارياً مملوكاً لشخص آخر بصورة تخالف أحكام هذا القانون.

ب. استعمل اسماً تجارياً مملوكاً له بصورة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو تخالف أحكام هذا القانون".

يتضح لنا من هذا النص أن الحماية الجزائية المقررة للأسماء التجارية لوقف التعدي عليها والمتمثلة بغرامة لا تقل عن (500) دينار ولا تزيد عن (1500) دينار، تفرض على من استعمل اسماً تجارياً مملوكاً لشخص آخر بصورة تخالف أحكام هذا القانون من جهة ومن جهة أخرى تفرض على من استعمل اسماً تجارياً مملوكاً له بصورة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو تخالف أحكام هذا القانون.

وكما أوضحنا سابقاً فإن الحماية المترتبة للاسم التجاري بموجب المادة (11) من قانون الأسماء التجارية المحال إليها بموجب الفقرة (ج) من المادة (14) من القانون ذاته، هي حماية مدنية متمثلة بشطب الاسم التجاري، والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا المجال هو هل تقتصر الحماية الجزائية للاسم التجاري على الاسم التجاري المسجل دون الاسم التجاري غير المسجل؟

وللإجابة على هذا السؤال فإننا نستند أيضاً إلى نص المادة (14) التي تقرر غرامة لا تقل عنماية دينار ولا تزيد على ألف دينار على أن تضاعف العقوبة في حالة التكرار، على مالك الاسم التجاري غير المسجل في سجل الأسماء التجارية، والتي في نفس الوقت تحمي الاسم التجاري غير المسجل من اعتداء الغير عليه وذلك من خلال شطب الاسم التجاري الثاني الذي وقع الاعتداء على الاسم التجاري الأول من

خلاله، كما أنه يمكننا الاستناد إلى نص المادة (15) التي تفرض أيضاً غرامة لا تقل عن (500) دينار ولا تزيد عن (1500) دينار على كل من استعمل اسماً تجارياً مملوكاً لشخص آخر بصورة تخالف أحكام هذا القانون أو من استعمل اسماً تجارياً مملوكاً له بصورة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو تخالف أحكام هذا القانون.

الفصل الثالث

أسماء المواقع الالكترونية (المنازعات والحلول)

سنتناول في هذا الفصل أسماء المواقع الإلكترونية وما يثيره استخدامها من إشكالات عملية وقانونية حاول القضاء التصدي لها ببعض الحلول والتي كانت متوافقة مع آراء الفقه في بعضها ومخالفة في بعضها الآخر مع محاولة التطرق للحماية القانونية المفروضة لهذه الأسماء وذلك حسب إجراءات كلاً من الوايبو والآيكان والتشريعات الأردنية. وبناءً على هذا سنقسم هذا الفصل إلى ثلاثة أجزاء نتناول في الأول ماهية أسماء المواقع الإلكترونية، وفي الثاني الطبيعة القانونية لأسماء المواقع الإلكترونية، ونتناول في الثالث النزاعات التي يثيرها استخدام أسماء المواقع الإلكترونية وحلولها.

1.3 ماهية أسماء المواقع الإلكترونية

نقسم هذا الجزء إلى موضوعين نتناول في الأول المواقع الإلكترونية وفي الثاني أسماء المواقع الإلكترونية وأنواعها.

1.1.3 المواقع الإلكترونية

سنقوم من خلال هذا الموضوع ببيان تعريف الموقع الإلكتروني وإنشائه وذلك من خلال بندين.

1.1.1.3 تعريف الموقع الإلكتروني

عند ذكر لفظة "موقع إلكتروني" أول ما يتبادر إلى الذهن هو الإنترنت أولاً، ثم المواقع الترفيهية أو العلمية أو الأدبية المتعارف عليها منذ نشأة هذه الظاهرة التكنولوجية الجديدة القديمة. بمعنى آخر إن الموقع الإلكتروني مرتبط بنظام الإنترنت وجوداً وعدماً، وآياً كان نوع هذا الموقع. ومن أجل ذلك فإنه يجب التعرف على هذه

المواقع الإلكترونية، من أجل الوصول لفكرة أسماء هذه المواقع ودورها في عالم الإنترنت.

إن ارتباط فكرة المواقع الإلكترونية بالإنترنت، يدل على أن نشأة المواقع الإلكترونية لم تكن إلا خدمة من بين الخدمات التي يقدمها الإنترنت لمستخدميه، وذلك لتسهل عليهم الولوج إلى الشبكة والحصول على المعلومات المطلوبة والمرغوبة بسهولة ويسر.

يعتبر الموقع وسيلة البحث والدخول إلى المعلومات ونشرِها، إذ يتمكن الشخص من معرفة مكانه داخل الإنترنت والجهة المراد الذهاب إليها وكيفية الوصول إليها. ذلك أن هذه المعلومات والبيانات تكون في شكل "حزم" تسير منفصلة قبل إعادة تكوينها عند الوصول، ويكون ذلك عبر ما يعرف ب"الويب"، والذي هو مجموعة من الوثائق الإلكترونية المترابطة، والمخزنة في أجهزة الكمبيوتر الموزعة على العالم والمرتبطة فيما بينها بخطوط البحث الفائقة، وسبيل الوصول إلى هذه الوثائق والمعلومات يكون عن طريق استخدام البرامج ومنها المواقع الإلكترونية[1].

ويتم تعريف الموقع، بأنه خدمة تبادلية للاتصال متعدد الوسائط تتكون من نصوص وصور ثابتة متحركة ونغمات مترجمة لتوضع تحت تصرف مستخدمي الشبكة، وهو في النهاية عبارة عن واجهة لمشروع أو خدمة أو هيئة أو شخص عادي أو معنوي، يتم من خلالها عرض سلعة أو خدمة أو معلومات أو إجابات، سواء بمقابل أو بالمجّان"[2].

وعلى ذلك فإن المواقع تتنوع حسب الخدمة التي تقدمها إلى ثلاثة أنواع رئيسة وهي:

1- المواقع الشخصية: ويبنيها الأفراد لعرض أفكارهم وآرائهم واهتماماتهم الشخصية.

---

(1) انظر: د. محمد حسين منصور، "المسؤولية الإلكترونية"، الناشر: دار الجامعة الجديدة للنشر، دون طبعة، سنة 2003، ص242.

(2) د. محمد حسين منصور، المرجع السابق، ص242-243.

2- المواقع المؤسسية: وتبنيها المؤسسات والشركات والهيئات للتعريف بأنشطتها أو ترويج منتجاتها وخدماتها.

3- والمواقع الشخصية المؤسسية: وهي مواقع مصممة أساساً لعرض أفكار وآراء ومبادرات أصحابها، ولكنها تقوم في الوقت نفسه بدور مؤسسي كالتعريف ببلد أو حضارة ما، أو تبني مشروعاً معيناً"[1].

2.1.1.3 إنشاء الموقع الإلكتروني

يمر تكوين موقع على الويب، أو الشبكة العالمية، بمجموعة مراحل، ينبغي احترامها حتى يخرج الموقع متوافقاً مع ما خصص له.

أ. فيبدأ أولاً: بالتخطيط للموقع (Site Planning) وذلك استناداً إلى نوعه: ويكون هذا التخطيط بناءً على نقطتين رئيسيتين، هما:

1. تحديد الهدف المرجو تحقيقه من الموقع، وذلك حسب طبيعة الدور الذي سيؤديه (تثقيفي، تسويقي، تعليمي...) والخدمات والمعلومات التي سيقدمها للزائرين.
2. تحديد أولويات الموقع القصوى، من ضمن الخدمات المتنوعة التي يمكن أن يقدمها.

ب. وضع المخطط العام للموقع، وهو مخطط يبين العلاقة بين صفحات الموقع، حيث ينظم بشكل هرمي يبين هذه الصفحات، يبدأ رأس الهرم بصفة الموقع الافتتاحية، ويبين كل مستوى الصفحات المتفرعة عن المستوى الأعلى منه، وشرح موجز لمحتويات كل صفحة على حدة، وشرح يوضح بواسطة الأسهم الاتجاه الذي ينبغي أن تسير الروابط تبعاً له.

---

[1] انظر مقال: "التحضير لبناء مواقع الويب"، عن الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت، على الموقع http://www.c4arab.com

وكل ما سبق يجب أن يتم في ضوء ميزانية كافية لتغطية تكاليف إطلاق الموقع على الإنترنت، ومتابعة تطويره وتحديثه[1].

وبعد التخطيط للموقع، يأتي جمع وإعداد محتوياته، حسب التنظيم المخطط له، ومحتوى الموقع هو كل ما يتضمنه الموقع من مواد مقروءة أو مسموعة أو مرئية.

وهذه المواد هي الأدوات الرئيسة التي تتيح للمواقع أداء أدوارها، وتقع مسؤولية تحديد الكيفية التي يتم بها جمع وإعداد المحتوى على مدير الموقع، وأهم ما يجب أن يتميز به المحتوى أن يكون لافتاً للأنظار، مثيراً للاهتمام.

ج. بعد ذلك يأتي دور تنسيق صفحات الموقع، إذ يجب أن يكون أولاً متوافقاً مع المخطط العام، وثانياً الحرص على أن يكون المحتوى الأساس فيها ظاهراً بالكامل، وبطريقة جذابة ومناسبة للتأكد من ظهور جميع أجزاء الصفحة، وكذلك الاهتمام في اتخاذ قرار متابعة استعراض الموقع أو الانتقال إلى غيره[2].

2.1.3 تعريف أسماء المواقع الإلكترونية وبيان أنواعها

اختلفت آراء الفقهاء وأحكام القضاء حول إيجاد تعريف ثابت لاسم الموقع الإلكتروني، حيث استندت بعض التعريفات إلى الطبيعة الفنية لهذا الاسم، وارتكزت تعريفات أخرى على تكوين هذا الاسم، واعتمدت تعريفات أخرى على الوظيفة التي يؤديها هذا الاسم. كما احتل اسم الموقع الإلكتروني مكانة كبيرة بين عناصر الملكية الصناعية وأدى دورها على شبكة الانترنت، فقام بدور العلامة التجارية عندما قام بدور وسيلة الإعلان عن المنتجات والخدمات، وقام بدور الاسم التجاري عندما قام بدور المميز للمحلات التجارية عبر شبكة الانترنت. وبناءً على ذلك سوف نقسم هذا الموضوع إلى قسمين، نعرض في القسم الأول: التعريفات المختلفة لاسم الموقع الإلكتروني، ونبرز في الثاني: أنواع أسماء المواقع الإلكترونية.

---

(1) مقال التحضير لبناء مواقع الويب، مرجع سابق، ص1، 2.

(2) "التحضير لبناء مواقع الويب"، المقال السابق، ص3.

1.2.1.3 تعريف أسماء المواقع الإلكترونية

أثار تعريف اسم الموقع الإلكتروني (Domain Name) جدلاً كبيراً في آراء الفقه وأحكام القضاء، فاختلفت التعريفات التي قيلت بشأنه ويعزى هذا الاختلاف إلى اختلاف الزاوية التي ينظر منها الفقيه أو القاضي عند تعريفه لاسم الموقع الإلكتروني على النحو التالي:

أولاً: التعريفات التي تستند إلى الطبيعة الفنية لاسم الموقع الإلكتروني

وصفته بأنه "مجرد تحويل أو نقل مجموعة من الأرقام في صورة حروف تشكل مصطلحاً يتماشى واسم المشروع أو المنظمة" أو "ترجمة لأرقام تتم عن طريق حروف معينة تسمح بدوران المعلومات عبر شبكة الانترنت"[1].

ولتبسيط ذلك يمكننا أن نقول أن الحواسب شأنها شأن البشر تستخدم اللغة كوسيلة للتواصل والاتصال فيما بينها، وتسمى هذه اللغة التي تستخدمها الحواسب بلغة الإنترنت أو بروتوكول الانترنت/بروتوكول التحكم في الإرسال Transmission Control Protocol (TCP) / Internet Protocol (IP).

ولكي يتسنى للحواسب التي تعمل بلغات وبنظم تشغيلية مختلفة (Operation systems) مثل نظام يونكس (Unix) ولينكس (Linux) وماكينتوش (Macintosh) وويندوز (Windows) وغيرها أن تتصل وتتفاهم مع بعضها البعض من خلال شبكة الانترنت العملاقة والمترامية الأطراف، يخصص لكل حاسوب مرتبط بهذه الشبكة عنوان انترنت أو رقم خاص به (Internet Protocol address) سواءً كان ذلك بصورة دائمة (Permanent IP) أو مؤقتة (Temporary IP).

---

[1] د. محمد شريف غنام، حماية العلامات التجارية عبر الانترنت، بحث منشور في مجلة الحقوق، الكويت، عدد(3) سنة 2004 ، ص321و322.

وتستطيع خوادم الحواسب (Web Servers) أن تفهم وتميز هذه الأرقام بسهولة ولكن البشر لا يفهمونها ولا يمكنها أن تبقى في ذاكرتهم لفترة[1]، وكان لا بد من حل هذه المشكلة، فجرى ابتداع نظام يستعاض به عن هذه الأرقام اصطلح على تسميته بنظام أسماء المواقع[2] (Domain Name System) وهو عبارة عن قاعدة بيانات منتشرة في حوالي (12) من جذور الخوادم[3] (root server) تقوم بتحويل الحروف الأبجدية اللاتينية (WWW.WIPO.INT) إلى أرقام (194،88،77،97) ولغة يمكن للحواسب أن تفهمها قبل أن يصل الشخص إلى الموقع الذي يرغب بالوصول إليه ويطلق على هذه العملية (عملية تحديد اسم الموقع الإلكتروني[4] (Domain Name Resolving)).

ويترتب على ذلك أنه بمجرد كتابة المستهلك لبعض الحروف التي تشتق من اسم الشركة التجاري أو علامتها التجارية يصل إلى موقعها مباشرة. هذه الوسيلة الجديدة هي اسم الموقع الإلكتروني وإعمالاً لهذه الطريقة يستطيع المستهلك أن يصل إلى موقع شركة Microsoft بكتابة اسم الموقع الإلكتروني الآتي "Microsoft.com" بدلاً من كتابة مجموعة من الأرقام قد لا تحفظها الذاكرة. ومن الواضح أن هذه التعريفات تركز بصفة أساسية على التكوين الفني لاسم الموقع الإلكتروني، فهو من الناحية الفنية حروف تشير إلى موقع معين يقصده مستخدم الإنترنت[5].

---

(1) رامي محمد علوان،المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الانترنت، بحث منشور في مجلة الشريعة والقانون، ص247 وما بعدها.

(2) حول نظام أسماء المواقع انظر الوثيقة التي توفرها شركة سيسكو سيستم العالمية (Cisco System) المتخصصة في أنظمة الشبكات حول نظام أسماء المواقع (DNS) على العنوان التالي:
http://www.cisco.com/univercd/cc/td/doc/product/iaabu/cddm/cddm111/adguide/dns.htmxtoci.

(3) هناك (13) من جذور الخوادم (A-M) (10) منها موجودة في الولايات المتحدة وهي الخوادم (A,B,C,D,E,F,G,H,L,J)، وواحدة في ستوكهولم السويد وهي الخادم (I) وواحدة في لندن، المملكة المتحدة وهي الخادم (K) والأخير في طوكيو باليابان (M) انظر عنوان الانترنت الآتي:
http://www.root_serveres.com

(4) رامي محمد علوان، المرجع السابق، ص249.

(5) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص323.

ثانياً: التعريفات التي تستند إلى تكوين اسم الموقع الإلكتروني

هناك من يقسم الموقع الإلكتروني إلى ثلاثة أجزاء[1]، الجزء الأول: وهو الجزء الثابت الذي يمثله المقطع "http://www." والجزء الثاني: وهو الجزء الجذري أو الأصلي وهو الذي يميز المشروعات بعضها عن بعض، ويتماشى وعلامتها التجارية أو اسمها التجاري، والجزء الثالث: وهو الملحق الذي يكون في نهاية الموقع الذي يحدد المجال الذي يوجد فيه الموقع وما إذا كان دولياً مثل ".com" أو وطنياً مثل ".jo".

وارتكزت بعض التعريفات على تكوين هذا الاسم الإلكتروني فوصفته بأنه " الجزء المتغير الذي يلي الجزء الثابت، ويميز المشروع عن غيره من المشروعات" وينقسم هذا الجزء إلى نوعين: الأول هو اسم الموقع الإلكتروني من الدرجة الأولى TLD(Domain Top Level) ويمثله المقطع (com.)أو (org.) أو (net.) أو أسماء المواقع الإلكترونية التي تنتهي بحرفين من حروف الدول، وتسمى أسماء المواقع الإلكترونية الوطنية والثاني هو اسم الموقع الإلكتروني من الدرجة الثانية (Second SLD Domain Level)وتمثله الحروف الأولى من اسم المشروع أو المنظمة أو حروف كل اسم. ويمكننا أن نوضح المقصود باسم الموقع الإلكتروني من خلال موقع جامعة مؤته فيكون اسم الموقع على النحو التالي: "http://WWW.M'utah University.jo" ويكون "http://WWW."هو الجزء الثابت من اسم الموقع الذي تتشابه فيه كل أسماء المواقع الإلكترونية عبر الإنترنت ويكون المقطع "jo." هو اسم الموقع الإلكتروني من المستوى الأول. أما"M'utah University" فهو اسم الموقع الإلكتروني من المستوى الثاني. ونلاحظ على هذا النوع من التعريفات أنه يصف تكوين اسم الموقع الإلكتروني ويحدد علاقته بالموقع باعتباره جزءً منه ولا يحاول أن يضع تعريفاً عاماً له.

---

(1) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص324.

ثالثاً: التعريفات التي تستند إلى وظيفة اسم الموقع الإلكتروني

اعتمدت تعريفات أخرى لاسم الموقع الإلكتروني على الوظيفة التي يؤديها هذا الاسم عبر شبكة الإنترنت فوصفته بأنه" مجرد وسيلة تمكن مستخدمي الانترنت من الوصول إلى المواقع عبر شبكة الانترنت" أو هو " مجرد عنوان يعهد لصاحبه بحق استخدام المصطلح الذي يسجله عبر شبكة الانترنت"[1].

وبهذا المعنى عرفت محكمة استئناف باريس اسم الموقع الإلكتروني التجاري عبر شبكة الانترنت في حكم لها صادر عام 2000 بأنه "مجرد عنوان افتراضي يحدد موقع المشروعات على شبكة الانترنت"[2]. كما يمكننا أن نقول من خلال تعريف أنصار هذا الرأي لاسم الموقع الإلكتروني أن العنوان الإلكتروني الإفتراضي هو "مجرد عنوان للمشروعات عبر الانترنت يعادل اسمها التجاري".

2.2.1.3 أنواع أسماء المواقع الإلكترونية

يأخذ اسم الموقع الإلكتروني إحدى صورتين، فهو إما اسم موقع إلكتروني (دولي أو عام). أو اسم موقع إلكتروني(وطني أو محلي) ويختلف كلا النوعين عن الآخر في شروط الحصول عليه والجهة المختصة بتسجيله. وبناءً على ما تقدم سوف نقسم هذا الجزء إلى بندين نخصص الأول لأسماء المواقع الإلكترونية الدولية، ونخصص الثاني لأسماء المواقع الإلكترونية الوطنية.

1.2.2.1.3 أسماء المواقع الإلكترونية الدولية أو العامة

يقصد بأسماء المواقع الإلكترونية الدولية gTLD (Generic Top Level Domains) تلك الأسماء التي تشير إلى أنشطة دولية عامة لا تنتمي إلى دولة بعينها

---

(1) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص325.

(2) -court d'appel de paris,28 jan vier 2000,jcp,e'd.E,2000,P.1856.

وإنما توجه بالدرجة الأولى إلى المستهلكين في كل دول العالم[1]. وسوف نذكر المجالات القديمة والجديدة لهذه الأسماء ثم نبين الجهة التي تمنحها بعد ذلك.

أ. أسماء المواقع الإلكترونية القديمة:- تتمثل هذه الأسماء في سبعة أسماء يشير كل منها إلى نشاط معين يختلف عن الآخر وفيما يلي نورد هذه الأسماء[2].

الجدول رقم (1)

أسماء المواقع الإلكترونية القديمة

الرقم	اسم الموقع الإلكتروني الدولي	الاستخدامات
1	com	وهي تشير للمواقع التجارية
2	org	وهي تشير إلى مواقع المنظمات التي لا تسعى إلى تحقيق الربح
3	NET	وهي تشير إلى مواقع الهيئات التي تعمل في مجال الإنترنت
4	INT	وهي تشير إلى مواقع المنظمات والهيئات المختصة بعقد الاتفاقيات الدولية
5	EDU	وهي تشير إلى مواقع الهيئات المختصة بالتربية والتعليم
6	GOV	وهي تشير إلى المواقع الحكومية
7	MIL	وهي تشير إلى المواقع العسكرية

ويمكن إبداء الملحوظات الآتية على هذه الأسماء:

1- إن اسم الموقع الإلكتروني الدولي الذي ينتهي بـــ(.com) هو أشهر الأسماء الإلكترونية بالنسبة لمستخدمي الانترنت؛ حيث تعرض فيه كل الأنشطة والبضائع والخدمات المتعلقة بالتجارة ويستخدمه أصحاب العلامات التجارية ليعرضوا منتجاتهم وخدماتهم من خلاله. وتؤكد إحصائية نشرت عبر الانترنت عن عدد العناوين التجارية التي سجلت حتى أول شهر حزيران 1999، أنه من بين نحو ثمانية ملايين اسم موقع إلكتروني هناك أربعة ملايين وتسعمائة وسبعة وستون ألفا

---

(1) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق،ص 322.

(2) لمعرفة أسماء المواقع الإلكترونية الدولية انظر موقع "الآيكان" المخصص لأسماء المواقع الإلكترونية الدولية على عنوان الانترنت الآتي: "http://www.icann.org/tlds". وانظر موقع "gtld-mou" على عنوان الموقع "http://www.gtld-mou.org/index.htm"

وستمائة وثمانية وثمانون (4967688) اسم موقع إلكتروني يأخذون النهاية ".com"[1].

2- على الرغم من أن هذه الأسماء توصف كلها بأنها دولية فإنه بإمعان النظر إليها نجد الأربعة الأولى منها فقط هي التي تعد بالفعل دولية، أما الثلاثة الأخيرة وهي ".mil- .edu- .gov" فقد اختلف الفقه في تحديدها، فذهب رأي[2]، إلى أنها أسماء مواقع إلكترونية وطنية؛ إذ تشير إلى مؤسسات التعليم الأمريكية وهيئات الحكومة الأمريكية وهيئات الدفاع الأمريكية، ومن ثم فهي أسماء مواقع إلكترونية أمريكية وليست دولية. وعلى العكس من ذلك يذهب رأي آخر إلى أن أسماء المواقع الإلكترونية التي تنتهي فقط ب ".mil _gov" هي أسماء مواقع إلكترونية أمريكية، ويجب ألا توصف بأنها أسماء مواقع إلكترونية دولية أو عامة. أما أسماء المواقع الإلكترونية التي تنتهي ب "edu." فهي أسماء مواقع إلكترونية عامة ليست مقصورة على مؤسسات التعليم الأمريكية[3].

3- إن قائمة الأسماء السبعة ليست ملزمة وإنما توصف على سبيل الاسترشاد والتنظيم ومن ثم ليس هناك ما يمنع جمعية لا تهدف إلى تحقيق الربح ولا تمارس أنشطه تجارية أن تسجل اسم موقعها الإلكتروني في المجال ".com" المخصص أصلاً للمشروعات التجارية. وليس هناك ما يمنع مشروعاً تجارياً أن يسجل اسم موقعه الإلكتروني في المجال ".org" المخصص أصلاً للمنظمات والهيئات الدولية[4].

---

[1] انظر في هذه الإحصائية LARRFEU (J.) نقلاً عن محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص335.

[2]- Lamy, Droit de I informatique et des re'seaux, op. cit.,n'2338, p. 1319.

[3] انظر د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص 334.

[4] د. محمد شريف غنام، المرجع السابق،ص333 وما بعدها.

ب. أسماء المواقع الإلكترونية الجديدة

إلى جانب هذه الأسماء السبعة قامت شركة (International Ad hoc Committee) IAHC[1] في 4 شباط 1997 باقتراح مشروع ينص على إنشاء سبعة أسماء مواقع إلكترونية جديدة نوردها في الجدول التالي:

الجدول رقم (2)

أسماء المواقع الإلكترونية الجديدة

الرقم	اسم الموقع الإلكتروني	الاستخدامات
1	.BIZ	تمثل مواقع لقطاع الأعمال
2	.INFO	تمثل مواقع لمجال المعلومات
3	.PRO	تمثل مواقع تتعلق بالنقابات المهنية
4	.MUSEUM	تمثل مواقع للمتاحف والآثار
5	.AERO	تمثل مواقع تتعلق بالسفر
6	.NAME	تمثل مواقع تتعلق بالأسماء والألقاب
7	.COOP	تمثل مواقع الأعضاء في تعاونيات الأعمال

ج. الجهات المسئولة عن التسجيل والشركات التي تسجل لديها أسماء المواقع الإلكترونية العامة أو الدولية.

نفرق في هذا الشأن بين نوعين من الجهات التي تتولى الإشراف والتسجيل لأسماء المواقع الإلكترونية الدولية وهي كالآتي:-

1- الجهات المسئولة عن تسجيل أسماء المواقع الدولية ويمكننا إجمال هذه الجهات وفقاً للجدول الآتي:

---

[1] وهي شركة أمريكية أنشئت عام 1990 لكي تنظم وتضبط أسماء المواقع الإلكترونية التجارية، انظر د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، حاشية (47)، ص 335.

الجدول رقم (3)

الجهات المسؤولة عن تسجيل أسماء المواقع الدولية

اسم الموقع الإلكتروني العام (TLD)	الجهة المسئولة عن التسجيل	نوع الجهة المسئولة عن التسجيل	ملاحظات
com	Versign Inc	غير مقيدة	يمكن تسجيلها من قبل أي شخص[1]
Org	Public Internet Society	غير مقيدة	يمكن لأي شخص أن يسجلها[2]
Net	Versign Inc	غير مقيدة	يمكن لأي شخص أن يسجلها[3]
int	Int Domain Registry The Internet Assigned Numbers Authority (IANA)	مقيدة جزئياً	لا يمكن التسجيل إلا من قبل المنظمات[4]
edu	EDUCAUSE.edu.Adminstration	مقيدة	متاحة للجامعات الأمريكية[5].
gov	The U.S General Services administration (GSA).	مقيدة جزئياً	متاحة للمؤسسات الحكومة الأمريكية[6]
mil	Department tof Defense Network Information Center Defense Information system Agency (DISA)	مقيدة جزئياً	متاحة للجيش الأمريكي[7]
biz	Neulevel Inc	غير مقيدة	يشترط أن يكون من يرغب بالتسجيل من رجال الأعمال[8]
Info	Afilias ltd	غير مقيدة	يمكن لأي شخص أن يسجلها[9]
Pro	Registry pro ltd	مقيدة جزئياً	متاحة للمحامين والأطباء والمحاسبين[10]
Museum	Museum Domain Management Association	مقيدة جزئياً	متاحة للمتاحف[11]
aero	Societe International de telecommunications Aeronautiques	مقيدة بشكل جزئي	لا يسمح بالتسجيل لغير العاملين في قطاع الطائرات[12]
name	Global Name Registry (GNR)	مقيدة جزئياً	مخصصة للتسجيل من الأشخاص الطبيعيين وليس الاعتباريين[13].
COOP	Dot Cooperation LLC (dot coop)	مقيدة جزئياً	هناك فئات محددة يمكنها التسجيل[14]

---

http://www.Versign.com/ (1)

http://www.pir.org/ (2)

http://www.Versign.com(3)

http://www.iana.org. (4)

http://www.educause.edu/(5)

http://www.nic.gov. (6)

http://www.nic.mil (7)

. http://www.neulevel.biz. (8)

http://www.nic.info(9)

http://www.registrypro.com (10)

http://www .nic.museum(11)

http://www.sita.aero (12)

http://www.gnr.com (13)

http://www.nic.coop (14)

ولا تقوم الجهات المسئولة عن التسجيل بالتسجيل بنفسها وإنما تكتفي بالإشراف على التسجيل وعلى الأمور الفنية المتصلة بذلك. وتقوم الشركات المعتمدة من قبل (الآيكان) بتسجيل أسماء المواقع وهي دائماً ما تكون شركات خاصة.

2- الشركات التي تسجل لديها أسماء المواقع الإلكترونية الدولية.

يُمنح اسم الموقع الإلكتروني العام أو الدولي عن طريق عقد يسمى عقد التسجيل، ويكون بين الشخص الذي يرغب في تسجيل هذا الاسم والجهة المختصة بمنحه. وقد حدث تطور بالنسبة للجهة التي تمنح أسماء المواقع الإلكترونية الدولية، ففي البداية كان نظام تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية وإدارتها حكراً على شركة IANA (Internet Assigned Number Authority) وهي شركة أمريكية وانتقلت سلطة منح هذه الأسماء بعد ذلك إلى الشركة الأمريكيةICCAN (Internet Corporation for Assigned Name and Number) التي تكونت في 1998. وفي عام 1999 فوضت هذه الشركة اختصاصها إلى كثير من الشركات في أنحاء العالم بحسب موقعها الجغرافي[1].

أما بالنسبة لدول أوروبا أصبحت الشركة المسئولة عن تسجيل هذه الأسماء هي شركة (RIPE NCC) (Re'saux IP Europe'ens Network Coordination Center). أما بالنسبة لآسيا ودول المحيط الأطلنطي فقد أسندت هذه المهمة إلى شركة APNIC (Asia Pacific Network Information Center). أما بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية فقد أسندت هذه المهمة لشركة Inter NIC (Internet National Information Center)[2].

د. إجراءات تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية الدولية[3].

يمكن تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية الدولية بإتباع الخطوات التالية:-

1- يدخل الشخص الراغب بتسجيل اسم الموقع إلى موقع الشركة المعترف بها والمصرح لها بالتسجيل من قبل (الآيكان)، ويقوم بالتأكد من توافر أو عدم توافر

---

(1) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص337.

(2) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص337.

(3) رامي محمد علوان، المرجع السابق، ص258 وما بعدها.

اسم الموقع الإلكتروني الذي يرغب بتسجيله عن طريق البحث في قواعد البيانات التي يوفرها الموقع أو قواعد البيانات حسب الأحوال.

2- يقوم الشخص الراغب بالتسجيل بفتح حساب له مع الشركة المسجلة يتضمن معلومات متعلقة بشخصه (اسمه الأول، العائلة، عنوانه، رقم هاتفه، الفاكس، بريده الإلكتروني) ويختار اسم مستخدم خاص به. وكلمة سر حتى يستطيع معاودة الدخول للحساب في أي وقت يشاء.

3- بعد أن يجد الشخص الراغب بالتسجيل أن اسم الموقع الإلكتروني غير محجوز أو مسجل باسم شخص آخر، أو بعد أن يختار اسم الموقع الإلكتروني الجديد في حالة كون الاسم مسجلاً سابقاً، يعبئ هذا الشخص طلب التسجيل أو الحجز ويدخل البيانات الخاصة به ومن. ضمنها اسمه وعنوانه الذي يتيح الاتصال به ويذكر المسائل الفنية أيضاً المتعلقة بالخادم الرئيسي أو الثانوي العائد له أو لغيره وعنواني بروتوكولي الإنترنت (IP Address) المرتبط بهما.

4- يحدد الشخص الراغب بالتسجيل وسيلة دفع مناسبة له عادة ما تكون بطاقة ائتمان سواء كانت (فيزا أو ماستر أو انترنت كارد) ويوافق على بنود اتفاقية تسجيل اسم الموقع الإلكتروني المبرمة بينه وبين الجهة المسجلة.

5- تظهر رسالة للمسجل تتيح له التأكد من المعلومات التي سجلها وتقوم الجهة بالتأكد من وجود رصيد له كاف لشراء اسم الموقع الإلكتروني في بطاقة الدفع التي حددها، ويمنح اسم الموقع حسب السياسة الخاصة بالشركات المسجلة لأسماء المواقع الإلكترونية الوطنية.

2.2.2.1.3 أسماء المواقع الإلكترونية الوطنية

يقصد بأسماء المواقع الإلكترونية الوطنية ccTLD (Country Code Top Level Domain) تلك الأسماء الإلكترونية التي تنتهي بحرفين يشيران إلى اسم الدولة التي

تنتمي إليها هذه الأسماء[1]. فبالنسبة لأسماء المواقع الإلكترونية الأردنية نجد أنها تنتهي بأول حرفين من كلمة (Jordan) وهو (jo)، وأسماء المواقع المصرية نجدها تنتهي ب(eg)، وأسماء المواقع الفرنسية تنتهي ب(fr)، والأمريكية تنتهي ب (us)، والإنجليزية تنتهي ب(uk) وهكذا.

أ. الجهات التي تسجل لديها أسماء المواقع الإلكترونية الوطنية (ccTLD).

من الجدير بالتنويه هنا أن الجهات المسجلة لأسماء المواقع الوطنية لا تعين من قبل منظمة منح الأسماء والأرقام على الإنترنت (ICANN) ولا تفرض هذه المنظمة عليها شروط ومتطلبات التسجيل أو سياسة خاصة بحل المنازعات. وللدولة صاحبة الشأن الحق في أن تعين الجهة المسجلة لأسماء المواقع التي قد تكون جهة حكومية أو جامعية أو خاصة أو منظمة غير ربحية[2]. فمثلاً تسجل أسماء المواقع الإلكترونية الوطنية الخاصة بالأردن (j0) مع مركز المعلومات الوطني[3]، أما الاسم الإلكتروني الوطني الخاص بالإمارات العربية (ae) فتسجل مع مركز الأمارات لمعلومات شبكة الإنترنت[4]، والاسم الإلكتروني للمملكة المتحدة (uk) مع (Nomient)[5]، والاسم الوطني في الولايات المتحدة (us) مع (us domain name registry)[6].

ب. تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية الوطنية.

1- يقوم الشخص الراغب بتسجيل اسم الموقع الإلكتروني الوطني بزيارة موقع الجهة المخولة بالتسجيل في الدولة التي يرغب بتسجيل الاسم لديها، ويطلع على

---

(1) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق،ص338.

(2) رامي محمد علوان، المرجع السابق، ص254.

(3) انظر موقع مركز المعلومات الوطني على عنوان الإنترنت الآتي:- http://www.nic.go

(4) انظر موقع مركز الإمارات لمعلومات شبكة الانترنت التالي:- http://www.uaenic.ae

(5) انظر الموقع التالي:- http://www.nominet.org.uk

(6) رامي محمد علوان، المرجع السابق، ص260.

طلب التسجيل وشروطه بعد أن يقوم بالبحث عن اسم الموقع الإلكتروني الذي يرغب بتسجيله في قواعد البيانات الخاصة بموقع الجهة المسئولة عن التسجيل.

2- قد تتطلب بعض الجهات من الشخص الراغب بالتسجيل الحضور شخصياً إليها لإتمام عملية التسجيل، وقد لا تتطلب ذلك بحيث يكون تسجيل الاسم الإلكتروني على الإنترنت فيحال لخطوات تسجيل اسم الموقع الإلكتروني الدولي[1].

2.3 الطبيعة القانونية لأسماء المواقع الإلكترونية التجارية

إن تحديد الطبيعة القانونية للأشياء هو أمر يجعل من السهولة بمكان إيجاد النظام القانوني الذي يجب تطبيقه عليها، وليس اسم الموقع الإلكتروني بالاستثناء في هذا المجال؛ ذلك أنه وعلى الرغم من الاستعمال الواسع لهذه الأسماء وخاصة في عالم أصبحت تحكمه التكنولوجيا الرقمية، فلم يتمكن الفقه أو حتى التشريعات من التوصل إلى الطبيعة القانونية لها.

ولأجل ذلك، فقد أثير جدل كبير في الفقه من أجل تحديد الطبيعة القانونية لأسماء المواقع الإلكترونية التجارية، واختلفت آراء الفقهاء بين من يعتبر الحق عليه حق ملكية ومن يعتبره علامة تجارية، ومن اعتبره اسماً تجارياً[2].

---

(1) رامي محمد علوان، المرجع السابق، ص260.

(2) تجب الإشارة إلى أنه قد وجدت آراء أخرى في تحديد الطبيعة القانونية لأسماء المواقع الإلكترونية، إذ منهم من اعتبره محل موطن افتراضي، لصاحب الاسم الإلكتروني وبالتالي فإنه يعد موقعاً خاصاً تجب حمايته بكل وسائل الحماية الجنائية والمدنية للموطن، لكن القضاء الفرنسي رفض هذه الفكرة مستنداً إلى حجة الاختلاف الواضح بين اسم الموقع الإلكتروني والذي هو مجرد بيانات تسجل على شبكة الإنترنت تتمتع بأية خصوصية، ذلك أنها متاحة لكل من يرغب في الولوج إلى الشبكة. أما رأي آخر فقد اعتبر الاسم الإلكتروني فكرة مستقلة متميزة على أية فكرة أخرى يمكن أن تكون قائمة في الأنظمة القانونية، ذلك أنه لا يخضع لأي نظام قانوني خاص معروف، ولا يتمتع إلا بالحماية التي تقررها المبادئ العامة في القانون، وذلك ما ورد في العديد من الأحكام القضائية الفرنسية. انظر في ذلك: د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص343-350.

1.2.3 التحليل النظري للطبيعة القانونية لأسماء المواقع الإلكترونية

وسوف نقسمه لثلاثة أجزاء، نتناول في الجزء الأول مدى اعتبار الحق على اسم الموقع حق ملكية، وفي الجزء الثاني مدى اعتبار اسم الموقع الإلكتروني علامة تجارية، وفي الثالث مدى اعتباره اسماً تجارياً.

1.1.2.3 مدى اعتبار الحق على اسم الموقع الإلكتروني حق ملكية

يُعرف حق الملكية بأنه سلطة المالك في أن يتصرف في ملكه تصرفاً مطلقاً عيناً ومنفعة واستغلالاً[1]. وقد أثيرت هذه الفكرة عند محاولة تحديد الطبيعة القانونية لاسم الموقع الإلكتروني، حيث بحث الفقه في مدى إمكانية اعتبار حق الشخص على اسم الموقع الإلكتروني حق ملكية من عدمه[2].

تبين أن الحق على اسم الموقع الإلكتروني ليس حق ملكية، وذلك على الرغم من أن من يسجل اسم الموقع الإلكتروني يمكنه بيعه وتأجيره واستخدامه بكافة الوسائل القانونية المشروعة التي توفرها الأنظمة الخاصة بتسجيل أسماء المواقع الإلكترونية، وقد استندت الآراء الرافضة لاعتبار هذا الحق حق ملكية إلى مجموعة أسباب يمكن ذكرها فيما يلي:

1. إن السلطات التي يتمتع بها مالك الشيء على هذا الشيء، والتي يخولها له حق الملكية تتمثل في حقوق الاستعمال والاستغلال والتصرف، وإذا كان حق الاستغلال والاستعمال لا يثيران أية مشاكل بالنسبة لمسجل اسم الموقع الإلكتروني، فإن حق التصرف ليس كذلك، فمسجل اسم الموقع لا يمكنه التنازل عنه لغيره أو حوالته، بل إذا ما أراد هذا الأخير التنازل عن هذا الاسم، فإنه يتعين عليه تركه كلياً بحيث يعود الاسم حراً ومتاحاً للجميع، ويمكن لأي شخص آخر، إذا ما أراد الحصول على اسم

(1) انظر المادة (1/1018) من القانون المدني الأردني.

(2) see: George Dimitor, The International Conference on Intellectual Property, the Internet Electronic Commerce and Traditional Knowledge Document Prepared in: May 29th-31, 2000, Sofia, p3.

الموقع أن يتقدم بطلب إلى السلطة المختصة بالتسجيل وبذات الإجراءات المنصوص عليها والتي اتبعها المسجل الأول للاسم[1].

2. إن احتفاظ مسجل الاسم الإلكتروني بالاسم مشروط بمدى التزام هذا الأخير بدفع الرسوم السنوية إلى الهيئة أو السلطة المختصة بالتسجيل، وإلا سقط حقه في استخدام اسم الموقع، ويعود بذلك متاحاً للجميع يمكن لأي شخص (طبيعياً كان أو اعتبارياً) تسجيله، وفي هذا تعارض واضح مع ما يعرف عن طبيعة حق الملكية وإحدى أهم خصائصه والمتمثل في "الديمومة" بمعنى أن حقِ الملكية يبقى ما دام محله باقياً[2].
3. إن منح اسم الموقع الإلكتروني لأي شخص يتم بمقتضى عقد يبرم بين الجهة المختصة بالتسجيل وهذا الشخص الراغب في التسجيل، وذلك بعد دفع رسوم التسجيل، وبالتالي فإن الجهة المختصة بالتسجيل لم يكن لها أية معلومات أو علاقة باسم الموقع قبل تقديم الطلب من طالب التسجيل، ولذلك فإنه لا يمكن القول بأن هذه الجهة المسجلة كانت تملك اسم الموقع الإلكتروني قبل تسجيله، وإذا كان الأمر كذلك فإنه عندها لا يمكن القول بأن هذه الجهة قد قامت ببيع اسم الموقع الإلكتروني في مقابل دفع ثمنه، بل إن ما دفع هو فقط رسوم تسجيل.

إضافة إلى ذلك، فإنه إذا ما تم إلغاء عقد التسجيل لأي سبب[3]، فإن هذا الاسم لا يعود للجهة المختصة بالتسجيل، وإنما يرجع حراً متاحاً لمن يرغب في تسجيله من جديد[4].

---

(1) لقد أكدت مشارطة التسمية للعناوين الفرنسية، وهي التي يسجل الاسم الإلكتروني وفقاً لأحكامها، على أن "العنوان الإلكتروني Le nom du domine غير قابل للحوالة"، وأصبحت هذه المشارطة سارية المفعول في (2001/01/26). انظر: د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص252 وما بعدها. وانظر كذلك: George Dimitor, Op. Cit, p3.

(2) انظر: رامي محمد علوان، المرجع السابق، ص258-259.

(3) من بين هذه الأسباب الغلط في الإجراءات، أو عدم دفع الرسوم السنوية...

(4) انظر: د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص354.

وبذلك، وبعد استبعاد كون الحق على اسم الموقع الإلكتروني، حق ملكية فقد ذهب اتجاه آخر، واعتبر أن الحق على اسم الموقع الإلكتروني هو "حق شخصي"[1].

لكنهم اختلفوا أيضاً في نوع هذا الحق الشخصي، أي هل يعتبر حقاً مطلقاً، بمعنى أنه مكتسب بقوة القانون وتطبق عليه الحماية القانونية أيضاً بنص القانون، أم أنه حق مقيد ينشأ بناءً على علاقة عقدية؟

طبعاً القول بأن الحق على اسم الموقع الإلكتروني هو حق مطلق هو أمر مجزوم بنفيه، ذلك أن الحصول على الحق المطلق والحماية القانونية له أمر متعلق بالقانون، الأمر الذي لا ينطبق على اسم الموقع الإلكتروني[2].

وقد اعتمد هذا التكييف لطبيعة الحق على اسم الموقع الإلكتروني على تحليل العلاقة القائمة بين الهيئة المختصة بتسجيل المواقع الإلكترونية وطالب التسجيل، وهي علاقة متبلورة في "عقد التسجيل" الذي يوقع بين طالب اسم الموقع والمسجل، والذي يلتزم طالب التسجيل بكافة شروطه المحددة، وهي شروط تقيد حرية استعمال الموقع المسجل، حيث لا يجوز التصرف في هذا الاسم إلا وفقاً لما تم الاتفاق عليه[3].

وبذلك وكخلاصة لما سبق، يمكننا القول بأن الحق على أسماء المواقع الإلكترونية لا يمكن وصفه بأنه حق ملكية وذلك لانتفاء شروط الملكية على هذا الحق، كما أننا لا نؤيد تكييفه على أنه حق شخصي، ذلك أنه لا يمثل أية علاقة قانونية بين شخصين أحدهما دائن والآخر مدين، وإن كنا نتفق كلياً مع الرأي القائل بأنه حق مقيد، لكنه يعتبر من الحقوق المعنوية "كتلك المتعلقة بحق المؤلف" طالما أنها ترد على أشياء معنوية لها قيمتها المالية التي تمكن صاحبها من استغلالها اقتصادياً[4].

---

(1) See: George Dimitor, Op. Cit. p. 3.

(2) See: George Dimitor, Op. Cit. p. 3.

(3) من هذه الشروط مثلاً أن يحدد لطالب التسجيل كيفية إدارة اسم الموقع، أو ربطه بمواقع أخرى متاحة على الشبكة، إدارة وإعمال المعلومات الرقمية الواردة على الموقع..

(4) انظر: سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ط، د.ت، ص13.

2.1.2.3 مدى اعتبار اسم الموقع الإلكتروني علامة تجارية

لقد اتفق فقه القانون التجاري على أن أسماء المواقع الإلكترونية تعد عنصراً من عناصر الملكية الصناعية والتجارية، لكنه اختلف في تحديد مكانه ضمن هذه العناصر، وتمحور الاختلاف الذي ظهر في هذا المجال حول مدى اعتبار اسم الموقع الإلكتروني علامة تجارية من عدمه.

وقد انقسم الفقه بداية إلى مؤيد لاعتبارهم اسم الموقع الإلكتروني علامة تجارية وذلك بسبب أوجه الشبه بين العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية [1]، وإلى معارض بسبب الاختلافات الواضحة بينهما وهو الرأي السائد.

ويمكن جمع أوجه التشابه بين العلامة التجارية واسم الموقع الإلكتروني في وجهين أساسيين يتمثل الأول في أن منح كلاً من العلامة التجارية واسم الموقع الإلكتروني يتم بعد فحصٍ مسبقٍ للتأكد من أن هذه العلامة أو هذا الاسم الإلكتروني ليس ملكاً لشخص آخر[2].

أما وجه الشبه الثاني فيتمثل في كون الحماية القانونية التي تسبغ على العلامات التجارية أو أسماء المواقع الإلكترونية هي حماية مؤقتة لا مطلقة تنتهي بمرور مدة معينة تصل في قانون العلامات التجارية الأردني إلى (10) سنوات تبدأ من تاريخ طلب

وانظر: سائد أحمد الخولي، حقوق الملكية الصناعية (مفهومها، خصائصها، إجراءات تسجيلها)، بحث مقدم لنقابة المحامين، عمان، الأردن، 2002، ص8.

(1) ومن بين الفقه المؤيد لفكرة أن الاسم الإلكتروني هو علامة تجارية الفقيه الفرنسي (HANARD) حيث اعتبر أن اسم الموقع هو علامة عالمية فرضتها ظروف الواقع Une marque mondiale défait. انظر: HANARD (C), Le nom du domaine peut- it été considère comme une Marque Mondiale de fait? Les Petites affiches, 24 avril 2001. مشار إليه في: د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص260، هامش 105.

(2) انظر في هذا الشرط المادة (8/أ، ب) من قواعد تسجيل أسماء المواقع البلجيكية، متوفر عبر الموقع: file://A:/cinditopns.htm.

تسجيل العلامة التجارية[1]، أما اسم الموقع الإلكتروني فمدة حمايته هي سنتان تبدأ من تاريخ طلب التسجيل[2].

وإننا نرى أن أوجه الشبه التي دفعت إلى القول بأن اسم الموقع الإلكتروني هو علامة تجارية هي تشابهات ضعيفة لا تعطي إثباتاً كافياً على كون اسم الموقع علامة تجارية. وندعم رأينا من خلال مجموعة من الاختلافات بين اسم الموقع الإلكتروني والعلامة التجارية على النحو التالي:

الاختلاف الأول: هو تعريف كل من اسم الموقع والعلامة التجارية، فالعلامة التجارية تعرف على أنها أية إشارة ظاهرة يستعملها أو يريد استعمالها أي شخص لتمييز بضائعه أو منتجاته أو خدماته عن بضائع أو منتجات أو خدمات غيره[3].

وهناك من عرفها على أنها "كل إشارة أو دلالة يضعها التاجر أو الصانع على المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع الهائلة المماثلة"[4].

بينما هناك من اعتبر أن أسماء المواقع الإلكترونية هي عناوين للإنترنت في شكلها المبسط، تهدف إلى توجيه المستخدمين إلى إيجاد المواقع بسهولة ويسر، خاصة وأنها أسماء تكون عادة سهلة التذكر[5].

الاختلاف الثاني: وحتى إذا سلّمنا أن كل من العلامة التجارية واسم الموقع الإلكتروني يقوم بدور المميز والمحدد، فإن مجال كل منهما يختلف عن الآخر، فالعلامة التجارية تميز المنتجات والخدمات التي تقدمها المشروعات عن غيرها من المنتجات، لكن اسم الموقع الإلكتروني التجاري يقوم بدور المحدد والمميز للمشروع ذاته عبر

---

(1) انظر: المادة (20) والمادة (21) من قانون العلامات.

(2) د. محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص260.

(3) المادة (2) من قانون العلامات التجارية الأردني المعدل رقم (34) لسنة (1999).

(4) انظر: سميحة القليوبي، الملكية الصناعية، المرجع السابق، ص249.

(5) See: Intellectual Property on the internet: A Survey of issues, in: www.ecommence.wipo.int, p.85.

شبكة الإنترنت لا منتجات هذا المشروع، ويتم هذا التمييز بتحديد موقع خاص بالمشروع على شبكة الإنترنت يعرض من خلاله منتجاته وخدماته[1].

الاختلاف الثالث: عند تسجيل العلامات التجارية، يجب أن يحدد صاحب العلامة فئة المنتجات التي تستعمل العلامة، وبذلك تقرر الحماية لهذه الفئة أو الفئات فقط، أما اسم الموقع الإلكتروني فلا يشترط عند تسجيله تحديد الفئة التي يسجل اسم الموقع الإلكتروني بصددها، فالأصل أن اسم الموقع الإلكتروني يميز المشروع في حد ذاته وليس المنتجات التي يصنعها أو يتاجر فيها المشروع[2].

الاختلاف الرابع: إن الحق على العلامة التجارية يتأكد بمجرد استعمالها من طرف صاحبها، ولا يرتبط هذا الحق بواقعة تسجيل هذه العلامة، بينما في اسم الموقع الإلكتروني فإن الذي يحدد الحق عليه هو واقعة التسجيل ولا علاقة للاستعمال؛ بمعنى آخر فإن السبب المنشئ للحق على العلامة التجارية وملكيتها هو الاستعمال، أما التسجيل فيعد مقرراً لحق الملكية فقط، بينما السبب المنشئ للحق على الموقع الإلكتروني هو التسجيل وحده، ولا أهمية لاستعمال اسم الموقع الإلكتروني في اكتساب الحق.

الاختلاف الخامس: يختلف نطاق الحماية المقررة للعلامات التجارية عن نطاق الحماية المقررة لأسماء المواقع الإلكترونية ويتضح ذلك من خلال عدم جواز تسجيل علامة تجارية داخل إقليم معين إذا ما سبق تسجيل نفس هذه العلامة داخل ذات الإقليم، لكن يجوز تسجيل هذه العلامة داخل إقليم دولة أخرى حتى لو استخدمت لنفس المنتجات والخدمات التي تشير إليها العلامة السابقة عليها.

---

(1) انظر: محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص362.

(2) انظر: محمد شريف غنام، المرجع نفسه، ص262، 263.

وهذا على عكس المعمول به في مجال أسماء المواقع الإلكترونية، ذلك أنه إذا سجل اسم موقع معين سواء كان دولياً أو وطنياً، فإن ذلك يجعل منه غير متاح في جميع أنحاء العالم وبذلك يمنع استعماله مرة أخرى[1].

إذن مما سبق فإنه يمكن التأكيد على أن اسم الموقع الإلكتروني ليس علامة تجارية، وإن كانت معظم النزاعات القانونية الخاصة بأسماء هذه المواقع تكون مرتبطة بالعلامات التجارية، وهذا ما سنفصله لاحقاً.

3.1.2.3 مدى اعتبار اسم الموقع الإلكتروني اسماً تجارياً

يؤدي الاسم التجاري دوراً بالغ الأهمية في تمييز المشروعات التجارية عن بعضها البعض؛ ذلك أن كل مشروع تجاري يمتلك اسماً ينفرد به عن غيره مما يُسهّل تعرفه من جانب المستهلكين ويجنب الخلط بينه وبين غيره من المشروعات الأخرى.

كما أن اسم الموقع الإلكتروني يؤدي نفس الدور على شبكة الإنترنت، حيث أن وجوده يعرّف الزبون أو المستهلك على الموقع في الشبكة، وبذلك يكون كل من اسم الموقع الإلكتروني والاسم التجاري يقومان بذات الدور لكن في مكانين مختلفين، حيث يقوم الاسم التجاري بدوره على أرض الواقع، بينما اسم الموقع يقوم بهذا الدور في مجال الفضاء الإلكتروني أي عبر شبكة الإنترنت.

ومن جهة أخرى يتضح الشبه والتقارب بين اسم الموقع الإلكتروني والاسم التجاري في بعض الأوجه الأخرى يمكن حصرها في فكرتين أساسيتين، تتمثل الأولى في أن كل من اسم الموقع الإلكتروني والاسم التجاري يتم اكتساب الحق عليه عن طريق التسجيل، وبالتالي فإنه، وبخلاف العلامات التجارية، يتقرر الحق على الاسم

---

(1) انظر: محمد شريف غنام، المرجع السابق، ص363، 364.

التجاري واسم الموقع الإلكتروني بمجرد التسجيل. ولا عبرة هنا للاستعمال إلا فيما يتعلق بالحماية القانونية المقررة للاسم التجاري[1].

أما الفكرة الثانية والتي تعبر عن الشبه بين اسم الموقع الإلكتروني والاسم التجاري فتتمثل في نوع الحماية القانونية المسبغة على هذين العنصرين، إذ هي حماية مؤقتة ترتبط بالمدة التي يحددها القانون والتي يجب بعدها طلب تجديد قيد الاسم، حيث أنه إذا لم يتم التجديد يفقد مسجل الاسم حقه عليه[2].

وبالرغم من وجود بعض الاختلافات بين الاسم التجاري واسم الموقع الإلكتروني، فإنه يتضح جلياً بأن التكييف الأقرب لاسم الموقع الإلكتروني هو أنه اسم تجاري، وإن كان هناك بعض الاختلافات التي تفرضها طبيعة كل من العنصرين كون أحدهما متعلق بالفضاء الإلكتروني والذي يتطلب خصائص مميزة تفرضها البيئة الرقمية والمعاملات التكنولوجية الواسعة النطاق.

إذن يمكننا تكييف الطبيعة القانونية لاسم الموقع الإلكتروني على أنه اسم تجاري من نوع خاص، يقَوم بالمال ويعتبر الحق عليه حقاً معنوياً يشترك مع الاسم التجاري العادي في الدور الأساسي له وهو تمييز المشروعات التجارية عن بعضها البعض، ويختلف عنه في بعض النقاط الأخرى مثل إجراءات التسجيل والحماية القانونية والمرتبطة، كما قلنا، بالبيئة الرقمية التي تبرز من خلالها الحاجة إلى أسماء هذه المواقع الإلكترونية، كما تتبين الحاجة إلى وضع نظام قانوني خاص بها بناءً على طبيعتها القانونية، الأمر الذي يسهل التعامل بها ويقلل من إمكانية حصول منازعات بشأنها.

---

(1) راجع تفاصيل ذلك في: عز الدين مرزا ناصر العباسي، الاسم التجاري، دراسة قانونية مقارنة، الناشر: دار مكتبة الجامعة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2003، ص117، وما بعدها. وانظر المادة (14) من قانون الأسماء التجارية المؤقت رقم (22) لسنة (2003).

(2) انظر المادة (9) من قانون الأسماء التجارية المؤقت رقم (22) لسنة (2003).

2.2.3 التطبيقات القضائية الخاصة بالطبيعة القانونية لأسماء المواقع الإلكترونية

لقد اختلفت التطبيقات القضائية حول تحديد الطبيعة القانونية لاسم الموقع الإلكتروني من نظام قضائي لآخر، وقد حوت على بعض الاختلاف مع الآراء الفقهية.

فمثلاً توصلت المحكمة العليا لولاية فرجينيا الأمريكية إلى أن اسم الموقع هو "عقد خدمة" (Service Contract)[1] وليس ملكية لعدم توافر شروط الملكية في العقد، ولذلك فإنه لا يمكن أن يكون محلاً للحجز عليه.

وقد جاء قرار المحكمة بالصيغة التالية: "the Domain name is a service contract but not a property, and hence can not be subject to garnishment" وقد توصلت المحكمة إلى هذا القرار بعد نظرها في قضية (Net work solution. Inc) ضد (Umbra international).

ويجب الذكر في هذا المجال أن قرار المحكمة قد جاء متفقاً مع رأي من ذهب إلى عدم اعتبار اسم الموقع الإلكتروني حق ملكية، لكن بالمقابل قد خالف رأي من اعتبروا العقود الخاصة بأسماء المواقع الإلكترونية "عقود خدمة"، ذلك أن المحكمة قد أطلقت وصف "عقد الخدمة"، على اسم الموقع نفسه، وليس على وسيلة الحصول على هذا الاسم وهي العقد بين المسجل وطالب تسجيل الاسم[2].

وفي قضية أخرى وتدعى قضية (Kremen Vs.Cohen) أصدرت الدائرة التاسعة لمحكمة الاستئناف الأمريكية قراراً عُدّ انتصاراً لأسماء المواقع الإلكترونية، حيث قررت المحكمة أن أسماء المواقع الإلكترونية، وعلى الرغم من كونها ذات طبيعة افتراضية، يجب معاملتها كما يجب أن تعامل "قطعة الأرض"، وهذا القرار يجعل من القواعد التقليدية المتعلقة بحماية الملكية قابلة التطبيق على أسماء المواقع الإلكترونية؛

(1) See: Goerge Dimitor, Op. Cit. p4.

(2) See: Goerge Dimitor, Op. Cit. p4.

بمعنى أن هذا القرار القضائي قد خالف الآراء الفقهية وحتى القضائية السابقة عليه وكذلك اللاحقة باعتبار اسم الموقع الإلكتروني حق ملكية[1].

أما في المملكة المتحدة، فقد قررت المحكمة العليا، وذلك في قضية (Pitman) الشهيرة، أن مالك اسم الموقع الإلكتروني لا يمكنه إقامة دعوى على أساس حقوق ملكيته على هذا الاسم. وقد بدأ النزاع في هذه القضية عندما قامت شركة (Pitman Trailing Limited) برفع دعوى ضد شركة (Pitman Publishing Division) وذلك بسبب النقل غير الشرعي لاسم الموقع (Pitman.co.uk.) من قبل المسجل إلى المدعى عليه.

لكن المحكمة وبعد دراستها للقضية وجدت أن الدعوى المرفوعة من قبل شركة (Pitman Training) لا أساس لها، وذلك بسبب غياب أية علاقة عقدية بين المدعي (Pitman.Com) والمدعى عليه (Pitman Publishing)، حيث أن العقد المتعلق باسم الموقع يربط بين المسجل والمدعي مالك اسم الموقع، وبذلك تكون الدعوى الوحيدة المتاحة أمام المدعي هي تلك التي يرفعها ضد المسجل، وهي دعوى تعويض أساسها إخلال المسجل بشروط العقد الرابط بينه وبين مالك اسم الموقع[2].

ولم تكتفِ المحكمة بهذا القرار، بل نظرت في الطبيعة القانونية لاسم الموقع الإلكتروني، وتوصلت إلى أنه "نوع جديد من الملكية الفكرية" 'A New Kind of Intellectual Property'

وعلى ذلك بنت مجموعة من النتائج، وهي:

1. اعتبار اسم الموقع نوع جديد من الملكية الفكرية، وإنه لا ينتقل إلى الغير إلا بتسجيل جديد عن طريق عقد تسجيل جديد مع المسجل.
2. اسم الموقع ليس حق ملكية.

---

(1) See: S. Denise Hoyle, Domain names are Legal Property- Protect yours, in: www.website101.com.

(2) See: Rose Marie Dorer and Forms, V.Brian Arel, 03/03/99, V.98-266-A, 1999 U.S.Dist- LEXIS 13558.

3. لا يستخدم اسم الموقع إلا من مالك الحقوق العقدية عليه.

وهذه المفاهيم التي توصلت إليها المحكمة العليا البريطانية تتفق وما توصل إليه الفقه والتطبيق العملي في مجال أسماء المواقع الإلكترونية، وإن كانت تختلف عما توصلت إليه المحاكم الأمريكية.

إذن يبدو جلياً أن تكييف الطبيعة القانونية لاسم الموقع الإلكتروني يبقى محل خلاف سواء من ناحية نظرية فقهية، أو من ناحية قضائية، ولعل ذلك ما يجعل إسباغ الحماية على أسماء المواقع الإلكترونية أمراً صعب التنفيذ، خاصة عند ظهور منازعات بينه وبين عناصر الملكية الصناعية الأخرى والتي تخضع من حيث الأساس لنظام حماية قانونية متكامل، وهذا ما سنحاول التطرق له لاحقاً.

3.3 النزاعات التي يثيرها استخدام أسماء المواقع الإلكترونية وحلولها

توصلنا فيما سبق إلى أن الحق على اسم الموقع هو حق معنوي ذو قيمة مالية مقيد بالعقد الذي يقوم بين المسجل ومالك اسم الموقع، ولذلك فإن الحق الوحيد المتاح لمالك الاسم هو مطالبة المسجل باحترام شروط العقد، وذلك باعتباره الطرف الثاني في العلاقة العقدية.

أي بمعنى آخر، ووفقا للقواعد العامة في نسبية آثار العقود، فإن حق مالك اسم الموقع الإلكتروني على هذا الاسم لا يلزم الغير بأي التزام، باستثناء الامتناع عن القيام بعمل يحول دون تنفيذ العقد الرابط بين المسجل والمالك، وهذا ما تدور حوله حماية أسماء المواقع الإلكترونية، خاصة بعد كمّ المشاكل والنزاعات التي أثارتها هذه الأسماء في الوسط القانوني التجاري سواء باعتبارها حقوقاً تجب حمايتها أو باعتبارها وسيلة استغلال غير مشروع للعلامات أو الأسماء التجارية أو الأسماء المشهورة.

ولذلك سنحاول من خلال هذا الجزء مناقشة هذه المسائل وذلك من خلال قسمين نتناول في القسم الأول النزاعات التي يثيرها استخدام أسماء المواقع الإلكترونية، وفي الثاني حلول النزاعات التي يثيرها استخدام أسماء المواقع الإلكترونية.

1.3.3 النزاعات التي يثيرها استخدام أسماء المواقع الإلكترونية

لقد سبق وأشرنا في بداية هذا الفصل إلى أن أسماء المواقع الإلكترونية هي نوع خاص من الملكية الفكرية يتطلب نظاماً خاصاً ليطبق عليها، لكن هذه المفاهيم القانونية تفقد أهميتها الفعلية عند دخولها مجال السوق التجاري، حيث تتحول من مفهوم قانوني حديث التطور والتصور، إلى ما يشبه السلعة التجارية التي يتعامل بها من تلقى اهتمامهم[1].

ولذلك فإن هذا التحول أو التطور في مفهوم واستعمال أسماء المواقع الإلكترونية قد أدى إلى ظهور العديد من المشاكل القانونية التي أسفرت عن العديد من المنازعات بين مالكي أسماء المواقع الإلكترونية والمدّعين عليهم.

وسنحاول من خلال دراستنا هذه التطرق لهذه المنازعات والحلول القضائية المختلفة التي أوجدت لها.

1.1.3.3 تسجيل الأسماء التجارية كأسماء مواقع إلكترونية وما يثيره من نزاعات

لقد عملت المحاكم في قراراتها والتشريعات في نصوصها على إرساء حماية للأسماء التجارية ضد تسجيلها كأسماء مواقع إلكترونية من قبل غير مالك الاسم التجاري.

ففي فرنسا، استقرت المحاكم على اعتبار تسجيل أسماء الشركات الفرنسية المشهورة كأسماء مواقع إلكترونية من طرف غير مالكها، من قبيل أعمال القرصنة الإلكترونية[2]. وقد أكدت إحدى المحاكم الألمانية في قضية تدعى (EPSON.de) أن استعمال أسماء تجارية ملك للغير كأسماء مواقع إلكترونية لإعاقة المالك الحقيقي للاسم من استعماله يعتبر من قبيل أعمال المنافسة غير المشروعة، ويدخل فاعله بذلك تحت طائلة العقاب.

---

(1) See: Law article: "Legal issues on Domain name: A World Wide Watch, at: www.law-bridge.net, p1

(2) See: legal issues, Op. Cit. P1.

وقضت المحاكم الهولندية بأن تسجيل الأسماء التجارية كأسماء مواقع إلكترونية من شأنه حرمان أصحاب هذه الأسماء من تسجيلها كأسماء مواقع إلكترونية، وكان ذلك في قضية (Laboucher V. IMG Holland) حيث ادعت مجموعة من البنوك ومؤسسات التأمين ضد (IMG) لتسجيلها أسماءهم كأسماء لمواقع إلكترونية تجارية[1].

وكما وجدت محاكم قد تشددت في قضية الأسماء التجارية وتسجيلها كمواقع إلكترونية، فمثلاً اعتبرت المحاكم الكندية في إحدى القضايا المعروضة عليها وتدعى قضية (Peinet V. Obriam) أن إمكانية الخلط بين اسم الموقع الإلكتروني (pei.net) واسم الشركة المدعية (Peinet) هو أمر من غير المتوقع حصوله وذلك بسبب تقسيم اسم الموقع إلى شقين تفصل بينهما النقطة[2].

هذا عن القرارات القضائية في مجال الأسماء التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية، لكنه، وبهدف تجنب هذا النوع من الإشكاليات والنزاعات فقد تدخلت منظمة "الوايبو" (WIPO)، وأصدرت تقريراً عام (2001)[3]، والذي حظر نهائياً وبصراحة تسجيل المواقع الإلكترونية تحت أسماء تجارية إلا من قبل مالكيها الشرعيين، وبذلك فقد أصبح للمحاكم نظاماً يمكنها اللجوء إليه من أجل حل النزاعات التي تطرح عليها في هذا المجال.

2.1.3.3 تسجيل أسماء المشاهير كأسماء مواقع إلكترونية

كما يتم تسجيل الأسماء التجارية كأسماء مواقع إلكترونية فإنه قد تم أيضاً تسجيل العديد من المواقع الإلكترونية بالاستناد إلى أسماء مشاهير في العالم سواء في الرياضة أو الفن أو الأدب، وكما هو معتاد فإن هذا التسجيل يتم من أشخاص آخرين غير أصحاب الاسم أنفسهم، وقد تصدى القضاء إلى هذه الحالات أيضاً، وذلك في محاولة

---

(1) See: legal issues, Op. Cit. p6.
(2) See: legal issues, Op. Cit. p6.
(3) http: //arbiter.wipo. int/ domains/reports/newgttd-ip.

لإضفاء حماية قانونية على أسماء هؤلاء المشاهير من التعدي عليها من قبل مسجلي المواقع الإلكترونية.

إلا أن المغني البريطاني (ستينغ) فشل في استعادة حقه على اسم الموقع الإلكتروني المطابق لاسمه، ذلك لأن قرار هيئة المحلفين في قضيته قد جاء على النحو التالي: "لقد كانت هناك قناعة أن المدعى عليه قد قام باستعمال لا خداع فيه للاسم (Sting) قبل الحصول على تسجيل اسم الموقع، ولم يكن هناك دلائل على أنه قد قصد الاتجار بشهرة ومكانة المغني الشهير"[1].

3.1.3.3 تسجيل العلامات التجارية كأسماء مواقع إلكترونية

تدور أغلب صور المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية بتسجيل أسماء مواقع تكون مشابهة أو مطابقة للعلامة التجارية، ويعتبر هذا التسجيل المجال الخصب لإثارة النزاعات القانونية المتعلقة بهذه الأسماء، وذلك بسبب الاختلاف الكبير بين نظامي العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية، حيث نجد أولاً: أنهما يختلفان من حيث نظام التسجيل، إذ يحكم تسجيل العلامات التجارية نظام وسلطة وطنيين وفقاً لأسس إقليمية حكومية بينما يتم تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية من قبل منظمة الإنترنت لتسجيل الأسماء والأرقام (ICANN)، دون التزام بفكرة الإقليمية. ومن جهة ثانية فإن استعمال العلامات التجارية يتطلب دوماً استعمالاً فورياً وفعلياً لها، بينما يمكن الاحتفاظ بأسماء المواقع الإلكترونية للاستعمال المستقبلي فقط.

1.3.1.3.3 تسجيل اسم موقع إلكتروني تجاري مطابق لعلامة تجارية

ويعد هذا الاعتداء من أكثر الاعتداءات شيوعاً، حيث يعمد الأشخاص عادة إلى تسجيل العلامات التجارية المشهورة العائدة للشركات الكبرى كأسماء مواقع إلكترونية بغاية بيعها لمالك العلامة التجارية أو منافسيه.

---

[1] See: Summer P/K/a Sting V. URVAN, WIPO, caseno. D2000-0596, 24/07/2000.

وقد ظهرت العديد من القضايا التي تشير إلى هذه المسألة نذكر منها:

أ. في قضية (Philip Morris Vrg. Net) رقم (D2003-0004) قام المسجل لاسم الموقع بتسجيل العلامة التجارية (Marlboro) المشهورة والتي تملكها الشركة المشتكية كاسم موقع (www.marlboro.com) فطالبت الشركة صاحبة العلامة من منظمة (الوايبو) تحويل اسم الموقع المسجل لها، وقد رأت الهيئة التي عينت لنظر القضية بضرورة تحويل اسم الموقع للشركة المشتكية وذلك لتطابقه مع علامتها التجارية[1].

ب. وفي قضية (Harrods Limited V. Walter Wieczorek) رقم (D2003-2004)، قام المدعى عليه بتسجيل العلامة التجارية المشهورة (Harrods) كاسم لموقع إلكتروني (www.harrods.tv) وبعد نظر القضية من منظمة (الوايبو) ثبت سوء نية الشخص مسجل اسم الموقع حيث لم يتمكن من إثبات شرعية تسجيله لاسم الموقع وقررت هيئة التحكيم إعادة اسم الموقع للشركة[2].

ت. وفي قضية أخرى عرضت على مجمع التحكيم الوطني، وهي قضية (Sony Corporation V.RKenterprises) قام مسجل اسم الموقع بتسجيل العلامة التجارية التي تملكها شركة (Sony) وهي (walkman) كاسم موقع، ولذلك طالبت الشركة المشتكية تحويل واستعادة اسم الموقع المسجل؛ لأن زبائنها سوف يعتقدون أن الموقع له علاقة ببضائع ومنتجات الشركة وأنّه ليس للمسجل الحق بالتسجيل لأنه يهدف من خلال تسجيله لاسم الموقع الاعتماد على شهرة العلامة التجارية (Walkman) في جلب الزوار لموقعه، وقد حكم لصالحها أي بضرورة إعادة اسم الموقع للشركة مالكته[3].

---

(1) لمزيد من التفاصيل انظر: .www.orbiter.wipo.int

(2) لمزيد من التفاصيل انظر:.www.orbiter.wipo.int

(3) لمزيد من التفاصيل انظر:.www.orbiter.wipo.int

والأمثلة متعددة على هذا النمط من تسجيل العلامات التجارية كأسماء مواقع إلكترونية مثالها تسجيل علامة (ADIDAS) كاسم موقع إلكتروني، وكذلك علامة (Toyota) وعلامة (Pentium)[1]...الخ.

إضافة إلى تسجيل العلامة التجارية المشهورة كاسم موقع إلكتروني، فقد يقوم مسجل اسم الموقع بمحاولة بيعه للشركة صاحبة العلامة أو حتى لشركة منافسة سواء عن طريق الاتصال المباشر، أو عن طريق عرض الموقع في المزاد العلني، وذلك في المواقع المخصصة لذلك[2].

وتعتبر قضية (Panavision) ضد (Toeppen) من أبرز القضايا الأمريكية التي تتضح فيها هذه المسألة. حيث قام المدعو (Toeppen) بتسجيل موقع إلكتروني له تحت اسم (Panavision.com) تم عرضه على شركة (Panavision) بغاية بيعه لها. استطاعت الشركة الحصول على أمر قضائي يمنع المدعى عليه من استخدام العلامة، حيث توصلت المحكمة إلى أن استعمال (Toeppen) للعلامة كان تجارياً، وذلك بسبب محاولته بيع اسم الموقع للشركة صاحبة العلامة، إذ اعتبرت أن طلب دفع ثمن اسم الموقع يعتبر استخداماً تجارياً[3].

وفي المملكة المتحدة، فقد كانت قضية (واحد في المليون) (One in A Million) ضد ماركس وسبنسر (Marks and Spencer) تجسيداً لهذا النزاع[4].

وتتلخص وقائع هذه القضية في قيام قراصنة الإنترنت بتسجيل العديد من أسماء المواقع الإلكترونية مستغلين في ذلك العلامات والأسماء التجارية الإنجليزية المشهورة

---

(1) لمزيد من التفاصيل عن هذه القضايا وغيرها انظر موقعه مركز (الوايبو) لتحكيم والوساطة على العنوان: www.orbiter.wipo.int/domains/decisions/html.

(2) من هذه المواقع: www.greatdomains.com.

(3) See: Legal issues..., Op. Cit. p.2.

(4) Marls and Spencer and Others, V.One in Million and Others, high count of justice chancery Dir, 28 A lavender, 1997.

والتي أطلقوها على أسماء مواقع إلكترونية ثم بعد ذلك سعى هؤلاء القراصنة لبيع هذه المواقع وعرضوا شروط البيع على الإنترنت.

بعد رفع القضية تمت مقاضاة المعتدين بناءً على قانون العلامات التجارية وقضت المحكمة لصالح المدعين، ذلك أنها وجدت أن تصرف المعتدين كان متعمداً مع نية واضحة لتضليل الأفراد حول أصل الاسم، وهو تصرف يؤدي إلى حرمان المدعين من ثقة الجمهور فيهم.

ومما سبق يمكن الاستنتاج أن النزاعات التي تثيرها أسماء المواقع المطابقة للعلامات التجارية هي الأكثر انتشاراً ذلك أن الفوائد المادية التي يحصل عليها المعتدي على العلامة كبيرة خاصة إذا ما وافقت الشركات أصحاب العلامة على شراء الموقع، لكن مع ذلك يتضح أن القضاء قد تصدى، وبالاستعانة بإجراءات الوايبو، إلى هذا النوع من النزاعات محاولاً إيجاد حلول لها ويتم ذلك عادة بإرجاع اسم الموقع إلى الشركة صاحبة العلامة، وكف يد المعتدي على العلامة من استغلال الموقع الذي سجله.

2.3.1.3.3 تسجيل اسم موقع إلكتروني تجاري مشابه لعلامة تجارية

وفي هذه الحالة يستخدم الشخص الحيلة لتسجيل اسم موقع شبيه أو متماثل إلى حد كبير، ولا يكون مطابقاً للعلامة كما في الحالة السابقة، ويكون ذلك عن طريق إدخال تعديل طفيف على إحدى حروف العلامة التجارية التي يسجلها كاسم موقع، أو إضافة كلمة للعلامة التجارية العائدة للشركة ويسجلها كاسم موقع.

ومن القضايا التي عرضت على مركز الوايبو للتحكيم والوساطة، والتي يظهر فيها هذا النوع من الاعتداء، القضية التي رفعتها (Microsoft Corporation) ضد (Seventh Summit) والذي قام بتسجيل اسم الموقع (www.hotmail.com) والمتماثل

مع العلامة التجارية (Hotmail) التي تملكها الشركة، وقد قضى المركز بنقل اسم الموقع للشركة صاحبة العلامة[1].

ومن القضايا أيضاً القضية المرفوعة أمام مركز الوايبو من نفس الشركة (Microsoft Corporation) ضد المسجل لاسم الموقع (Charli Brown) وذلك لاستعادة اسم الموقع (www.microsoft.com) والمتماثل بدرجة تثير اللبس مع العلامة التجارية (Microsoft)، كما رفعت قضية من قبل شركة (Amazon.com.inc) ضد شخص قام بتسجيل اسم الموقع (www.ammazon.com) والمشابهة للعلامة التجارية (Amazon)[2].

كما يمكن أن يكون صاحب العلامة التجارية هو المعتدي، وذلك من خلال رفعه دعوى ضد مالك اسم موقع إلكتروني يحمل نفس اسم العلامة، لكن دون أن يكون في ذلك اعتداء على هذه العلامة، بل إن مالك اسم الموقع له كل الحق في تسجيل العلامة كاسم موقع واستعمالها، ففي هذه الحالة يعتبر مالك العلامة سيء النية، وترد دعواه[3].

ومن التطبيقات العملية لهذه الحالة القضية التي رفعتها شركة (Nestle SA) ضد شركة (Pro Fiducia Treuhand AG) لاستعادة اسم الموقع (www.maggi.com) والذي ادعت الشركة المدعية أنه مطابق لعلامتها التجارية المشهورة (MAGGI)، ولكن الشركة المدعى عليها دافعت بأنها تملك الحق في تسجيل اسم الموقع السابق، وأنها لم تعتدِ على العلامة التجارية العائدة للشركة المدعية، وذلك لأن اسم الموقع مسجل باسم مديرها التنفيذي (Romeo Maggi) الذي سجل الموقع باسم عائلته (Maggi)، وقد أغفلت الشركة المدعية ذكر أنها حاولت عام (1995) الدخول مع الشركة المدعى عليها في مفاوضات من أجل التنازل عن اسم الموقع لها، وكانت تعرف أن الشركة المدعى عليها

---

(1) المسجل في هذه القضية لم يسجل اسم الموقع: www.hotmail.com، ولكن سجل اسم الموقع wwwhotmail.com، أي دون النقطة الفاصلة بين الاسم و www.

(2) انظر: رامي علوان، المرجع السابق، ص276.

(3) انظر: رامي علوان، المرجع السابق، ص279.

صاحبة حق في التسجيل ومع ذلك أصرت على رفع القضية، ولذلك فقد وجدت الهيئة المختصة بنظر القضية في (الوايبو) أن الشركة المدعى عليها تملك كل الحق في تسجيلها اسم الموقع، وأن هذا التسجيل لم يتم بسوء نية، وبذلك رفضت نقل اسم الموقع للشركة المدعية ورفضت الدعوى[1].

3.3.1.3.3 تسجيل اسم موقع إلكتروني تجاري يحتوي على علامة تجارية عائدة لشركة منافسة

في مثل هذه الحالة، تقوم شركة من بين شركتين متنافستين تعملان في مجال واحد أو تقدم كل منهما بضائع ومنتجات واحدة، بتسجيل العلامة التجارية العائدة للشركة الأخرى كاسم لموقع إلكتروني حارمة إياها من تسجيل اسم موقع يحتوي على علامتها التجارية.

ومن التطبيقات القضائية لهذه الصورة قضية رفعتها شركة (Indiana Mulch and Stone, LLC) ضد أحد منافسيها (Keiths Farm Market) والذي قام بتسجيل العلامة التجارية العائدة لها كاسم موقع (indianamulch.com) وعرض بيع اسم الموقع على الشركة بمبلغ (50.000) دولار حارماً إياها من تسجيل اسم موقع يحتوي على علامتها التجارية وبالتالي تأسيس الموقع الخاص بها والذي كانت تود تأسيسه باسمها، ولذلك قررت هيئة الوايبو المختصة بنظر القضية إعادة اسم الموقع للشركة المشتكية[2].

4.3.1.3.3 تسجيل اسم موقع إلكتروني تجاري يحتوي على علامة تجارية مع تقديمه للخدمات والسلع الذي تمثلها هذه العلامة

وقد ظهرت عدة قضايا تناولت هذا الموضوع:

---

(1) انظر: تفاصيل هذه القضية على الموقع: www.arabter,wipo.int/domains/html/2001.

(2) انظر: تفاصيل هذه القضية على الموقع: www.arabter,wipo.int/domains/html/2001

ففي كندا، ظهرت قضية (Bellactimidia) ضد (PUZU)[1]، وفي هذه القضية قام المدعى عليه بتسجيل موقع إلكتروني تحت اسم (Les Pagegaunes.com) والذي يمثل كتاباً توجيهياً للأعمال باللغة الفرنسية، في حين كان هذا الاسم هو اسم لعلامة تجارية يملكها المدعي (Les Pages jaunes, Yellow Page). عندما نُظرت القضية أصدرت المحكمة أمراً تمهيدياً ضد المدعى عليه، وقد تضمن منعه من إتمام تصرفاته في استعمال اسم الموقع، لما في ذلك من اعتداء على علامة المدعي[2].

وفي فرنسا، برزت قضية (Sapeso)[3]، والتي كان سببها قيام المدعى عليه بتسجيل العلامة التجارية لمنافسيه كموقع إلكتروني يخصه ويقدم نفس الخدمة، وقد عرضت القضية على محكمة البداية بمدينة (بوردو)، والتي حكمت بسحب اسم الموقع من على شبكة الإنترنت، ومنع المدعى عليه من استعمال العلامة التجارية بأي شكل من الأشكال.

أما في أسبانيا، فظهرت قضية (OZU)[4]، وتتمثل حيثياتها في كون شركة (Advernt) قد حصلت على العلامة التجارية (OZU) لأول آلة بحث أسبانية تم تصنيعها في الشركة، بعد ذلك انفصل بعض الشركاء عن شركة (Advernt) وبدؤوا بإنشاء شركة أخرى منافسة، وسجلوا لها اسم موقع إلكتروني (OZU.com) وذلك في أمريكا. وقد حكمت المحكمة الأسبانية بأن مالك العلامة التجارية له وحده الحق الحصري في استعمال (OZU)، ولذلك فإن استعمالها من طرف المدعى عليه يعد اعتداءً على العلامة التجارية.

---

(1) Count File No T-1839-98, Federal Court of Canada, 26 April, 1999.

(2) See: Legal issues… Op. Cit. P3.

(3) Speso and Atlantes V.I came and reve, Tribunal de grande instance de Bardeaux. July, 22, 1996.

(4) Advernet, S.L.V.OZU.com, Bild-ace No 13.30 December 1997, Spain.

5.3.1.3.3 تسجيل أسماء مواقع إلكترونية تحتوي على علامة تجارية مع تقديمها خدمة أو سلعة مختلفة عما تمثله العلامة

تدور أحداث هذه القضية في الصين، حيث قامت إحدى شركات المواد الإلكترونية بتسجيل العلامة التجارية (PDA) والخاصة بتصنيع المواد الإلكترونية، وكان ذلك سنة (1997)، لكن عندما أرادت هذه الشركة سنة (1998) تسجيل موقع إلكتروني لها يحمل نفس اسم علامتها التجارية أي (PDA.com.ch)، وجدت أن هناك من سبقها إلى تسجيل هذا الاسم كموقع إلكتروني يعرض منتجات مختلفة عن منتجات الشركة الأصلية.

فرفعت الشركة صاحبة العلامة دعوى بهذا الخصوص معتمدة على تطبيق القانون الصيني للعلامات التجارية، وكذلك قانون المنافسة غير المشروعة لكن المحكمة وجدت نفسها عاجزة عن إيجاد أي اعتداء أو تقليد فعلي على العلامة التجارية، وذلك لأن المدعي فشل في إثبات أن السلع أو المنتجات التي يسوقها المدعى عليه عبر الموقع الإلكتروني مماثلة أو حتى أنها تحمل أي شبه مع منتجاته[1].

6.3.1.3.3 تسجيل اسم موقع إلكتروني يحتوي على علامة تجارية مشهورة

لقد استطاع أصحاب العلامات التجارية المشهورة حمايتها عن طريق قانون (Lanham) وهو القانون الأمريكي لحماية المستهلك ضد القرصنة الإلكترونية لسنة 1946 وتعديله لسنة 1996[2]. ونجد مثالاً لذلك في قضية (Hasbro) ضد مجموعة (Entertainment) للإنترنت، حيث حرك (Hasbro) الدعوى بعد اكتشافه أن علامته التجارية (Candy Land) وهي اسم أحد أشهر ألعاب الأطفال، قد سجلت تحت اسم

---

(1) Judge Li Dongtao, Dongatao in law: First Domain Case go Trial, China Computer world, 30June 1999, in: www.computerword,com.cn/99/ Law/e990630-01. html (visited on 25 Augest 2000.

(2) www. Inta. Org/about/ lanham.html.

(Candyland.com) من أجل موقع إلكتروني إباحي[1]. وقد اعتبرت المحكمة أن هكذا استعمال للعلامة التجارية من شأنه تضليل المستهلك وكذا المساس بسمعة العلامة.

ولقد اقترحت منظمة الوايبو (Wipo) في تقريرها النهائي لسنة (1999)[2]، بأن أي تسجيل لأسماء مواقع إلكترونية مشابهة لعلامة تجارية معروفة، أو مطابقة لها يجب أن يوقف تلقائياً، حتى ولو كان هذا التسجيل يحمل تغييراً للاسم الدولي (gTLDs) مثل (.com .org.).

إذن يتضح لنا ومن خلال التطبيقات القضائية السابقة أن أسماء المواقع الإلكترونية تثير جدلاً ونزاعات قانونية كثيرة، حيث وصل الأمر إلى عالم الأعمال والتجارة، حيث أصبحت مسألة النزاع حول العلامات التجارية وأسماء المواقع الإلكترونية خاصة، تتكرر أمام القضاء أكثر فأكثر، وبأوجه مختلفة.

كما أن قرارات المحاكم حول ما يعرض عليها من نزاعات اتسمت بالتباين ولعل سبب ذلك يعود لغياب قانون أو تنظيم خاص يحكم أسماء المواقع الإلكترونية، بدءاً من اختيارها إلى تسجيلها فاستخدامها وحمايتها، وبالرغم من وجود بعض الأنظمة القانونية المتفرقة هنا وهناك، إلا أن معظمها يخص الحماية القانونية للعلامة التجارية ثم ينسحب تطبيقها على أسماء المواقع الإلكترونية.

ولذلك فقد حاول المختصون إيجاد حل لمواجهة المشاكل الناتجة عن استخدام أسماء المواقع الإلكترونية، وقد تمثل في إيجاد نظام موحد لتسجيل أسماء المواقع الالكترونية (Uniform Domain-Name Dispute- Resolution Policy) وكذا عولمة وظائف المؤسسات الخاصة بالإنترنت (ICANN) و (WIPO) وذلك حتى يمكن اعتماد حلولها على مستوى واسع ومحاولة جعلها سوابق يعتمد عليها في مواجهة النزاعات.

---

[1] See: Legal issues..., Op. Cit. p.2.

[2] wipo final report, April (30) 1999 in : www.icann.org/wipo/wipo-report.htm.

ولعل هذا ما حصل فعلاً، حيث أصبح اليوم مركز الوايبو للتحكيم والوساطة هو الهيئة المختصة بنظر النزاعات الناشئة عن استعمال أسماء المواقع الإلكترونية مما يجعل هذا بداية كبيرة نحو نظام قانوني متكامل يحكم هذا العنصر القانوني الجديد.

2.3.3 حلول النزاعات التي يُثيرها استخدام أسماء المواقع الإلكترونية

حتى الآن لا توجد تشريعات شاملة ناظمة لمسائل أسماء المواقع الإلكترونية وما أثارته من إشكالات قانونية خاصة عندما يكون الاسم مطابقاً أو مشابهاً لاسم تجاري أو علامة تجارية، ورغم أن القضاء -الأوروبي خاصة- قد تصدّى لبعض الدعاوى المتعلقة بهذا الموضوع، إلا أن مناط التطبيق بشأنها كان قوانين العلامات التجارية وقواعد حماية العلامات التجارية، وليس قواعد قانونية خاصة بأسماء المواقع الإلكترونية ويتوقع أن يتم ذلك من خلال الجهود التي تبذلها منظمة الوايبو والهادفة إلى بناء مثل هذا النظام القانوني.

ولذلك سنحاول من خلال هذا الجزء توضيح بعض الحلول المتاحة للنزاعات التي تثيرها أسماء المواقع الإلكترونية، وذلك من خلال دراسة الإجراءات التي تتبعها منظمة الوايبو في ذلك وكذلك الإجراءات التي تتبعها منظمة الآيكان، ثم نظر الحلول المتاحة في التشريعات الأردنية لمثل هذه المنازعات.

1.2.3.3 لمحة عن مركز الوايبو للتحكيم والوساطة

1.1.2.3.3 تعريف مركز الوايبو للتحكيم والوساطة

يتم حل المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية عن طريق مركز "الوايبو" للتحكيم والوساطة وهو هيئة مركزها جنيف (سويسرا) وتتمثل مهمتها في تقديم خدمة حل النزاعات اختيارياً (Alternative Dispute Resolution) (ADR).

لقد تم تأسيس هذه الهيئة عام (1994) لتوفير خدمة التحكيم والوساطة من أجل حل النزاعات التجارية الدولية بين الأطراف الخاصة، ولكنه أضيف إليه مؤخراً

اختصاصاً آخر زيادة على مهمته التقليدية، وهو توفير خدمة حل النزاعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية على الإنترنت[1].

ويعتمد المركز في إنجاز هذا الدور على ما يعرف "بالنظام الموحد لحسم النزاعات" أو (Uniform Disputes Resolution Policy) (UDRP)، وهو نظام تم اعتماده في (1999/8/24)[2] وقد تحول اليوم إلى نظامٍ مقبولٍ كوسيلةٍ لحل النزاعات المتعلقة بتسجيل أسماء المواقع الإلكترونية خاصة العامة منها (gtLDs) مثل: (.org, .com)[3].

وجدير بالذكر أن قيام الوايبو (WIPO) بوضع هذا النظام، كان بناءً على طلب من منظمة الإنترنت لتسجيل الأسماء والأرقام (ICANN)، والتي وجهت دعوة "للوايبو" تطلب فيها القيام بدراسة لمشاكل العلامات التجارية وحمايتها وكذا وضع نظام وقواعد لتحقيق حلول المشاكل المتعلقة بها.

وقد تم بالفعل، إجابة هذا الطلب من "الوايبو" وأسفر عنها (النظام الموحد لحسم النزاعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية) (UDRP)، والذي كان يركز أساساً على علاج إشكالية الاستعمال غير الشرعي للعلامات التجارية المملوكة للغير وتسجيلها كأسماء للمواقع الإلكترونية، وهو ما يعرف بـ(Cyber Squatting) أو (Cyber Pirate) أي القرصنة على الإنترنت[4].

---

(1) See: "Intellectual Property..." Op. Cit. p94.

(2) See: "Intellectual Property..." Op. Cit. p94.

(3) See, Internet Conference on Intellectual Property, the internet electronic commerce and traditional Kanwledge, Document Prepared by the International Buneau, p.5.

(4) See, Internet Conference..., Op. Cit. P.5.

2.1.2.3.3 وثيقة "الوايبو" الثانية لأسماء المواقع الإلكترونية (Second WIPO Internet Domain Name Process)

لقد ركزت الوثيقة الأولى "للوايبو" (WIPO) على مسألة حماية العلامات التجارية وعلامات الخدمات من خلال نظام أسماء المواقع الإلكترونية (DNS)، لكنه، وفي (28/حزيران/2000)، تقدمت مجموعة مكونة من (19) عضواً من أعضاء "الوايبو" (WIPO)، بطلب إلى المنظمة[1] للعمل على وضع نظامٍ ثانٍ لحل الإشكالات المتعلقة بالملكية الفكرية لأسماء المواقع إلكترونية والتي لم يُشَر إليها في النظام الأول أو الوثيقة الأولى.

وقد استجابت "الوايبو" لهذا الطلب، حيث أدخلت الوثيقة الثانية لأسماء المواقع الإلكترونية حيز التطبيق في شهر تموز من العام (2000)[2].

اهتمت هذه الوثيقة بوضع حلول لمسائل متعددة منها محاربة الاستغلال، أو التسجيل غير الشرعي كأسماء للمواقع الإلكترونية، الأسماء التالية:

أ. الأسماء العالمية للمواد الصيدلانية.

ب. أسماء المنظمات الحكومية العالمية.

ت. الأسماء الخاصة.

ث. الأسماء التجارية.

ج. الأسماء والدلالات الجغرافية.

ونشر التقرير النهائي للوثيقة الثانية للوايبو في الثالث من شهر أيلول لعام (2001) تحت عنوان "إقرار الحقوق واستعمال الأسماء ضمن نظام أسماء المواقع

---

(1) هذا الطلب قد قدم في شكل رسالة مبادرة عن الأمانة العامة للاتصالات، والمعلومات التكنولوجية والفنون التابعة للحكومة الأسترالية، وأيدت من طرف الأرجنتين، كندا، الدنمارك، فرنسا، أمريكا، والاتحاد الأوروبي، ويمكن الحصول على نص الرسالة على الموقع .www.wipo2.int/process/rtc

(2) See: "Intellectual Property..." Op. Cit. p98.

الإلكترونية" (The Recognition of Rights and the Use of Name in the Internet Domain Names System)[1].

3.1.2.3.3 برنامج "الوايبو" للتنسيق من أجل أسماء المواقع الإلكترونية الوطنية (WIPO Cooperation Program Of ccTLDs)

لقد تقدم أعضاء الوايبو بطلب للجمعية العامة للمنظمة يهدف إلى وضع تنظيم خاص بأسماء المواقع الإلكترونية الوطنية (ccTLDs) بقصد الاستفادة منها بنفس مستوى الأسماء العامة الدولية (gTLDs)، وإخضاعها لنظام حماية للملكية الفكرية الخاصة بها.

وقد بدأ هذا البرنامج بالفعل في شهر آب لعام (2000)، وقد احتوى على ما يلي:

1. تحقيق استخدام أفضل لأسماء المواقع الوطنية وتوسيعه.
2. توفير الحصول على خدمة مركز الوايبو للوساطة والتحكيم.
3. نشر المعلومات الرقمية الخاصة بهذه الأسماء والعلامات التجارية المتعلقة بها[2].

وبهذا، يبدو جلياً أن منظمة "الوايبو" (WIPO) تحاول ضبط الأنظمة المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية، وذلك عن طريق محاولتها إيجاد الحلول للنزاعات التي تنشأ عن استخدامها.

---

[1] See: "Intellectual Property..." Op. Cit. p99.
[2] See: "Intellectual Property..." Op. Cit. p102.

2.2.3.3 إجراءات "الوايبو" لحل النزاعات المتعلقة بالتسجيل غير الشرعي لأسماء المواقع الإلكترونية (WIPO Policy)

نكون أمام استعمال غير شرعي لأسماء المواقع الإلكترونية، وذلك حسب نظام "الوايبو"، عندما تلتقي جميع الشروط التالية:

1. عندما يكون اسم الموقع مطابقاً، أو مشابهاً بشكل كبير علامة تجارية، أو علامة خدمة، والتي يكون للمدعي في الدعوى المقامة حق عليها.
2. عندما لا يملك حامل اسم الموقع أي حق أو اهتمام شرعي متعلق به.
3. وعندما يسجل اسم الموقع ويستعمل بسوء نية[1].

ويعد من قبيل الاستعمال بسوء نية ما يلي:

1. عرض اسم الموقع للبيع، أو الإيجار على صاحب العلامة التجارية نفسه، أو على أحد منافسيه، أو
2. محاولة جلب زبائن للموقع عن طريق الخلط بين اسم الموقع والعلامة التجارية أو علامة الخدمة المملوكة للمدعي، أو
3. تسجيل اسم الموقع بهدف حرمان صاحب العلامة التجارية أو علامة الخدمة من تسجيلها كاسم لموقع خاص به، أو
4. تسجيل اسم الموقع بقصد التأثير على أعمال المنافسين وتعطيلها[2].

وإذا ما توافرت هذه الشروط، فإنه يحق للمتضرر أن يقدم دعواه أمام منظمة (WIPO)، وذلك لأن إجراءات هذه الأخيرة لحل النزاع المعروض عليها تتميز بالسرعة والدقة، وهو ما يتماشى مع تطور وسرعة عالم الإنترنت، وطبعاً مع احتفاظه بحقه الكامل في اللجوء للقضاء، ويمكن تلخيص هذه الإجراءات في النقاط التالية:

---

(1) See: journal of internet Law, "Resolving Certain Domain name Disputes: the Wipo Recommendation by 101 Scopt Donahey, July 1999, P9.

(2) See: Resolving Certain Domain name...Op. Cit P11.

1. تقدم عريضة الدعوى أمام مركز الوايبو للتحكيم والوساطة، والتي بمجرد تقديمها يبدأ حساب مهلة (20) يوماً التي يتوجب خلالها الرد من طرف المدعى عليه.
2. عندما يتسلم المركز الرد من المدعى عليه، أو في حالة تخلفه وانتهاء المدة، تعين هيئة من المستشارين مكونة من خبراء عالميين، ويكون التعيين من الأسماء الموجودة على لائحة المركز[1].
3. تقدم هيئة المستشارين، والتي تتكون عادة من شخص واحد، قرارها إلى المركز والذي يرسلها بدوره إلى الأطراف، وإلى مسجل العلامة التجارية كاسم موقع إلكتروني، وكذا ترسل نسخة إلى منظمة الإنترنت لتسجيل الأسماء والأرقام (ICANN).
4. ينفذ المسجل قرار هيئة المسترشدين عن طريق تحويل اسم الموقع الإلكتروني إلى ملكية المدعي.

ويلاحظ أن الإجراءات التي تتبعها الوايبو (WIPO) لحل النزاعات المتعلقة بتسجيل أسماء المواقع الإلكترونية، تتم في غضون شهرين أو أقل، وكل قرارات المستشارين تنشر على موقع المنظمة للإنترنت[2].

3.2.3.3 إجراءات "الآيكان" لحل النزاعات المتعلقة بالتسجيل غير الشرعي لأسماء المواقع الإلكترونية[3]

تعتبر مؤسسة الإنترنت المخصصة للأسماء والأرقام (ICANN) (The Internet Corporation For Assigned Names and Numbers). مؤسسة غير

(1) See: Internet conference intellectual…Op. Cit. p5.

(2) See: Internet conference intellectual…Op. Cit. p5.

(3) انظر د. مصلح الطراونة، و د. نور الرحوم، التحكيم الإلكتروني، مجلة الحقوق/جامعة البحرين، العدد الأول، يناير (2005)،ص29 وما بعدها.

ربحية تتولى منذ عام 1998 تنظيم وإدارة تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت (Domain Name System)، وقد وُضع نظام أسماء المواقع الإلكترونية أساساً في الدوائر التقنية. ولم يكن هناك اهتمام حول المنازعات التي يثيرها، نظراً لأن استخدامه كان مقصوراً على غير الأغراض التجارية. ولكن عندما بدأ انتشار استخدام هذا النظام في الأعمال التجارية، بدأت المنازعات تنشأ بكثرة حيث قام بعض الأشخاص وبعض الشركات باتخاذ عناوين مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت لعرض بضائعهم بأسماء علامات تجارية مسجلة أو مشهورة على نطاق عالمي دون وجه حق، أي دون أن يكون لأولئك الأشخاص أو لتلك الشركات الحق في استعمال العلامات التجارية. الأمر الذي أدى إلى حرمان أصحاب الحقوق الأصليين من العلامات التجارية واستخدام الانترنت في تسويق منتجاتهم، وقد سميت هذه الظاهرة بقرصنة المواقع الإلكترونية.

ولغايات حماية حقوقهم، لم يكن أمام هؤلاء سوى اللجوء إلى القضاء الوطني في إحدى الدول لطلب شطب أسماء المواقع الإلكترونية غير المشروعة والمخالفة لقوانين الملكية الصناعية والمنافسة غير المشروعة، مع ما يعتري هذا اللجوء من صعوبات تتعلق بتحديد المحكمة المختصة والقانون الواجب التطبيق وقدرة القواعد الموضوعية في هذا الأخير على الحماية القانونية بهذا المستوى.

ولقد عملت الآيكان على إعداد نظام تحكيم خاص يمكن المعتدى على حقوقهم من استخدامه ضد حائزي أسماء المواقع الإلكترونية غير المشروعة بناءً على توصيات (WIPO) في صورة بوليصة موحدة تحت مسمى Uniform Dispute Resolution (Policy. وتلزم هذه البوليصة جميع مسجلي المواقع الإلكترونية المعتمدين من قبل الآيكان (ICANN)، وذلك بموجب اتفاقية الاعتماد التي يوقعونها مع المؤسسة، وجميع حائزي المواقع الإلكترونية (Domain Name Holders)، وذلك بموجب عقد التسجيل التي يوقعونها مع المسجل والتي تحيل إلى نظام التحكيم الإجباري في البوليصة الموحدة.

وقد بدأ استخدام هذه البوليصة في (2000/1/1). وقد اعتمدت مؤسسة الإنترنت لغاية الآن خمسة مراكز تتولى تطبيق نظام التحكيم الذي تضمنته البوليصة إلكترونياً، وهذه المراكز هي:

1- Asia Domain Name Dispute Resolution Center.
2- CPR Institute For Dispute Resolution.
3- E- Resolution.
4- The National Arbitration Forum.
5- World Intellectual Property Organization.

وتشترك المراكز السابقة جميعها في توظيف خدمة الانترنت في إجراءات التحكيم المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية وفقاً للنظام الذي تضمنته البوليصة الموحدة وللقواعد الإجرائية الملحقة به. ويشترط النظام الذي تضمنته البوليصة الموحدة لقبول الدعوى أن يكون سببها مبنياً على أي مما يلي:

1- أن يكون اسم الموقع الإلكتروني مطابقاً أو مشابهاً لعلامة تجارية أو علامة خدمة تخص المدعي.
2- أن لا يكون لحائزي الموقع الإلكتروني حقاً مشروعاً في العنوان الذي اتخذه لموقعه.
3- أن يكون الموقع الإلكتروني قد سجل واستخدم بسوء نية.

ويقع عبء إثبات توافر أي سبب من هذه الأسباب على عاتق المدعي الذي يتعين عليه تفصيل كل ذلك في لائحة الدعوى المعدة وفقاً للنموذج الإلكتروني الذي أعده مركز التحكيم المعتمد على موقعه. كما أن المدعي هو من يتحمل نفقات التحكيم التي يفرضها المركز كاملة، إلا إذا اختار المدعى عليه أن تنظر القضية هيئة تحكيم ثلاثية. إذ في هذه الحالة الأخيرة يقرر المركز كيفية توزيع النفقات بين المدعي والمدعى عليه.

وإذا قبل المركز دعوى المدعي، فإن القواعد الإجرائية الملحقة بالبوليصة الموحدة توجب على المركز تعيين محكم لنظر النزاع من بين قوائم المحكمين المعتمدين لديه خلال خمسة أيام من تلقيه اللائحة الجوابية للمدعى عليه، والذي يجب أن

يرسلها خلال عشرين يوماً من إخطار المركز له. وتسير إجراءات التحكيم بين الطرفين والمحكم أو هيئة التحكيم عن طريق تبادل المعلومات عبر شبكة الإنترنت دون جلسات تحكيمية.

وبعد أن ينتهي المحكم أو هيئة التحكيم من استلام جميع البينات التي يقدمها الخصوم أو يطلبها منهم، يتخذ قراراً في الدعوى على أساس البينات المقدمة إليه وفقاً لشروط البوليصة الموحدة وأي قاعدة قانونية يراها ملائمة. ويجب عليه أن يرسل قراره إلى المدعي وإلى المركز خلال (4) أيام من تعينه. وبعد أن يستلم المركز قرار المحكم يقوم أيضاً بتبليغه للطرفين، ولمسجل الموقع الإلكتروني ولمؤسسة الإنترنت (ICANN). ويجب على المسجل تنفيذ القرار وتبليغه للطرفين ومؤسسة الإنترنت والمركز بتاريخ تنفيذ القرار. ويكون قرار المحكم ملزماً للمسجل بموجب البوليصة الموحدة وهو: إما أن يكون بعدم صحة دعوى المدعي، أو بشطب اسم الموقع الإلكتروني، أو بنقل تسجيل هذا الاسم إلى المدعي أو الأمر بإجراء تعديلات على اسم الموقع لإزالة اللبس.

ولا يمنع نظام التحكيم الإجباري والخاص بأسماء المواقع الإلكترونية أي طرف من اللجوء إلى القضاء المختص أصلاً بنظر النزاع سواء قبل البدء في إجراءات التحكيم أو أثنائها. وفي حالة التزامن بين إجراءات التحكيم وإجراءات الدعوى القضائية، يكون المحكم بعد تبليغه مباشرة هذه الأخيرة من أي من الطرفين في الخيار بين وقف إجراءات التحكيم أو إنهائها أو الاستمرار في السير فيها. وإذا قرر الاستمرار في نظر النزاع وأصدر قراراً بشطب تسجيل اسم الموقع الإلكتروني أو نقل تسجيل اسم الموقع باسم المدعي، فإن المسجل ينتظر عشرة أيام عمل تبدأ من تاريخ تسلمه القرار قبل أن يقوم بتنفيذ هذا القرار. فإذا قدم أي من الطرفين خلال هذه المهلة وثيقة رسمية تثبت إقامة الدعوى القضائية بخصوص اسم الموقع الإلكتروني محل القرار، يتعين على المسجل وقف إجراءات تنفيذ القرار إلى حين تسلمه أياً مما يلي:

1- دليلاً مقنعاً على حل النزاع ودياً بين الطرفين.

2- دليلاً مقنعاً على أن الدعوى القضائية قد تم ردها أو إسقاطها.

3- نسخة من قرار المحكمة القاضي بقبول دعوى المدعي وبعدم أحقية حائز اسم الموقع الإلكتروني في استخدام ذلك الاسم.

ففي حالة استلام المسجل أي مما سبق يتولى تنفيذ قرار المحكم القاضي بالشطب أو ينقل تسجيل اسم الموقع إلى المحكوم له. أما إذا انقضت مهلة العشرة أيام دون أن يستلم من أي من الطرفين ما يتعلق بالإجراءات القضائية، فإنه يقوم بتنفيذ قرار المحكم.

ولا نجد في النظام ما يتيح للمحكم القضاء بالتعويض المالي، لأنه ليس من سلطة المسجل تنفيذ القرار فلو أجاز هذا النظام للمحكم القضاء بالتعويض المالي لاحتاج الأمر إلى اللجوء إلى القضاء الوطني في إحدى الدول لإجبار المحكوم عليه على تنفيذه، وهو الأمر الذي يسعى النظام إلى تجنبه[1].

---

[1] ومع ذلك فإن نظام التحكيم هذا لا يخلو من المثالب. فهو من ناحية يعد تحكيماً إجباريا بالنسبة للمدعى عليه وذلك من عدة نواحي:

أولاً: أنه لا يقبل صراحة باتفاق التحكيم وإنما يتم إلزامه بهذا الاتفاق عن طريق الإحالة إلى أحكام البوليصة الموحدة دون أن يكون له الحق في رفض تلك الأحكام أو تعديلها.

ثانيا: أنه لا يملك تعيين محكم ولا المشاركة في اختيار الإجراءات الملائمة.

ثالثاً: أنه لا يملك الطعن في قرار المحكم القاضي بشطب اسم موقعه الإلكتروني أو نقل الحق فيه إلى المدعي أمام جهة أخرى حتى أمام المركز الذي التجأ أمامه إلى التحكيم. الأمر الذي يعني حرمانه من الحق في استخدام موقعه الإلكتروني إلى أن يتمكن من الحصول على قرار قضائي يقضي بعدم أحقية المدعي في دعواه.

ومن ناحية ثانية، فإن الطبيعة القانونية لهذا النظام محل نظر. فطالما أن بإمكان الأطراف اللجوء إلى القضاء حتى مع لجوئهم إلى التحكيم يثور التساؤل عما إذا كان النظام هو نظام تحكيم بالمعنى الفني، ولذلك يروق للبعض تسميته بالتحكيم غير الملزم.

ومما يلقي بضلال من الشك حول طبيعة هذا النظام أيضاً أن الأطراف لا يتفقون على اللجوء إليه مقدماً بموجب اتفاقية تحكيم وإنما يتم استخدام هذا النظام بإرادة المدعي مالك العلامة التجارية، ولهذا يكاد يكون نظاماً إدارياً محضاً يوظف خبراء يقومون بوظائف تقنية لحل منازعات معينة.

ومن ناحية ثالثة يوجه إلى النظام انتقاد متعلق بمصداقية وحيادية التحكيم. وإذ إن مركز التحكيم هو من يقوم بتعيين المحكمين دون أن يكون للأطراف الحق في اختيارهم. ومن المحتمل في الغالب أن يصدر المحكمون قراراتهم لمصلحة المدعي لأنه هو من يدفع الرسوم وبالتالي فإن إصدار قرارات لمصلحة المدعين من شأنه أن يروّج لاستخدام هذه المراكز بشكل أكبر. ولكن من الممكن التغلب على هذه المعضلة من خلال إيجاد نظام

4.2.3.3 الحلول القانونية المتاحة في التشريعات الأردنية

إضافة إلى حل النزاعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية عن طريق اللجوء إلى منظمتي الوايبو والآيكان العالميتان، فإنه يمكن اللجوء إلى القضاء الداخلي للوصول إلى حل هذه النزاعات، وذلك بتطبيق الأنظمة القانونية الوطنية.

وإذا ما أخذنا المملكة الأردنية الهاشمية كمثال، فإننا نجد أن حل هذه المنازعات يمكن أن يتم عبر محاولة تفعيل النصوص القانونية العامة. ولذلك سنحاول نظر هذه الحلول عبر ثلاثة تشريعات أردنية، المادة (256) من القانون المدني والمادتين (2و3) من قانون المنافسة غير المشروعة، ، والمادة (9) من قانون محكمة العدل العليا رقم (12) (1992)[1].

1.4.2.3.3 من جهة القانون المدني الأردني

لقد تبين مما سبق أن النزاعات التي تثار حول مسألة أسماء المواقع الإلكترونية إنما تكون بسبب تسجيل هذه الأسماء اعتماداً على العلامات أو الأسماء التجارية المعروفة، وهذا في أغلب دول العالم، وبالتالي فإن الأردن لن تكون استثناءً، وبذلك فإنه يتعين التطرق إلى الطرق التي يمكن اللجوء إليها لحل هذه النزاعات، ويكون ذلك عبر محاولة استقراء النصوص القانونية العامة.

تنص المادة (256) من القانون المدني الأردني على أن: "كل إضرار بالغير يلزم فاعله ولو غير مميز بضمان الضرر"، إذن وبموجب هذه المادة فإن الحماية المدنية مقررة لكل الحقوق، وذلك بالاستناد إلى القواعد العامة في المسؤولية المدنية، حيث يحق لكل من يقع عليه اعتداء المطالبة بالتعويض. وبالقياس، نجد أن تسجيل اسم

استئناف خاص في قرارات المحكمين هذه لدى جهة محايدة. ومع ذلك فإن مثل هذا النظام إن وجد لا يخلو من مثالب إذ من شأنه أن يطيل أمد النزاع ويزيد في النفقات.انظر د. مصلح الطراونة، و د. نور الرحوم، التحكيم الإلكتروني، بحث منشور في مجلة البحرين، العدد الأول، ص33-34.

(1) حل المنازعات المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية عبر تطبيق قانون المنافسة غير المشروعة رقم (15) (2000).

الموقع الإلكتروني سواء بنقله من اسم شخص عادي أو علامة تجارية أو اسم تجاري، هو اعتداء على حق مالك هذه الأسماء أو العلامات، وبذلك فإنه إذا لم يتمكن المضرور من استيفاء حقه بناءً على قانون المنافسة غير المشروعة أو قانون الأسماء أو قانون العلامات التجارية، فإنه يلجأ إلى قواعد القانون المدني، وبشكل أدق المادة (256) من هذا القانون والخاصة بالمسؤولية التقصيرية، حيث يحق لكل من وقع اعتداء على اسمه أو علامته التجارية أو حتى اسمه العادي أن يطالب بالتعويض عن هذا الضرر الذي يصيبه من جراء هذا الاعتداء إذا ما أثبت الضرر الواقع عليه ويجب عليه كذلك إثبات الضرر الذي لحق به من جراء فعل الاعتداء كما يجب عليه إثبات قيام علاقة السببية بين واقعة التعدي والضرر الذي لحق بالمدعي[1]، والدعوى المقامة في هذه الحالة هي دعوى المنافسة غير المشروعة، والتي نظمت أساساً بقانون.

2.4.2.3.3 من جهة قانون المنافسة غير المشروعة وقانون الأسماء التجارية

لقد صدر قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني إثر انضمام الأردن لمنظمة التجارة العالمية وذلك لينظم كلاً من المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية.

وقد بين هذا القانون الأعمال التي يعد القيام بها منافسة غير مشروعة وذلك كما عددتها المادة (2) من القانون وتتمثل بما يلي:

"أ- يعتبر عملاً من أعمال المنافسة غير المشروعة كل منافسة تتعارض مع الممارسات الشريفة في الشؤون الصناعية أو التجارية وعلى وجه الخصوص ما يلي:

1- الأعمال التي بحكم طبيعتها تسبب لبساً مع منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

---

(1) انظر في تعويض الضرر في القانون المدني الأردني: د. سعدون العامري، تعويض الضرر في المسؤولية التقصيرية، بغداد، 1981، ص14 وما بعدها.

2- الادعاءات المغايرة للحقيقة في مزاولة التجارة والتي قد تسبب نزع الثقة عن منشأة أحد المنافسين أو منتجاته أو نشاطه الصناعي أو التجاري.

3- البيانات أو الادعاءات التي قد يسبب استعمالها في التجارة تضليل الجمهور فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو طريقة تصنيعها أو خصائصها أو كمياتها أو صلاحيتها للاستعمال.

4- أي ممارسة قد تنال من شهرة المنتج أو تحدث لبساً فيما يتعلق بمظهره الخارجي أو طريقة عرضه أو قد تضلل الجمهور عند الإعلان عن سعر المنتج أو طريقة احتسابه.

ب- إذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أو غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة.

ج- تسري الأحكام الواردة في الفقرتين (أ) و(ب) من هذه المادة على الخدمات حسب مقتضى الحال".

ومما يجدر التنويه إليه أن صور المنافسة غير المشروعة التي حددتها المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية قد وردت على سبيل المثال لا الحصر، وبالتالي يمكن قياس حالات أخرى من المنافسة غير المشروعة على الصور الموجودة حالياً والتي يمكن أن نعتبر المنافسة غير المشروعة المتعلقة بأسماء المواقع الإلكترونية من ضمنها[1].

---

[1] انظر د. عبد الله الخشروم، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية: دراسة في التشريع الأردني، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلة العشرون، العدد الثاني (أ)، منشورات جامعة اليرموك، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، 2004، ص697-698.

كما أنّه بين الحماية التي تتوافر للعلامات والأسماء التجارية في حالة القيام بأعمال منافسة غير مشروعة، وتتمثل هذه الحماية في المطالبة بالتعويض عن الضرر ووقف التعدي وذلك في المادة (3) من هذا القانون[1].

ولذلك فإنه وبتفعيل مواد هذا القانون في الحالة التي يتم فيها الاعتداء على الاسم التجاري أو العلامة التجارية ويسجلان على اسم موقع إلكتروني من طرف غير مالكهما، فإن المتضرر يمكنه أن يلجأ إلى أحكام قانون المنافسة غير المشروعة وذلك بمطالبته أولاً بوقف التعدي على علامته أو اسمه التجاريين ويكون ذلك إما بإعادة اسم الموقع الإلكتروني المسجل تحت اسمهما إلى مالك العلامة أو الاسم التجاري الأصلي أو أن يطلب هذا المالك شطب اسم الموقع.

ثم يكون للمتضرر من استعمال اسم هذا الموقع دون وجه حق الحق بأن يطالب بالتعويض عما لحقه من ضرر، وذلك بسبب أعمال المنافسة غير المشروعة[2].

---

(1) انظر د. عبدالله الخشروم، المرجع السابق، ص694.

(2) ويشترط لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة توافر عناصر المسؤولية المدنية التي وردت في المادة (256) من القانون المدني الأردني وهي: الفعل والضرر وعلاقة السببية:

-1 الفعل الضار الذي يمثل المنافسة غير المشروعة: يشترط لقيام المسؤولية التقصيرية في القانون المدني الأردني أن يؤدي الفعل إلى الضرر والفعل الضار في دعوى المنافسة غير المشروعة يفترض وجود منافسة بين تاجرين يقوم أحدهما بفعل منافسة غير مشروعة سواء عن قصد أو إهمال وعدم تبصر. ويمكن إثبات أعمال المنافسة غير المشروعة بكافة طرق الإثبات بما فيها شهادة الشهود والقرائن.

-2 الضرر: ويكون الضرر المؤدي إلى رفع دعوى المنافسة غير المشروعة:

ا. ضرراً مادياً: وهو ذلك الضرر الذي يصيب المضرور في ماله، أي هو الضرر أو التلف الذي يصيب الأشياء والأموال المتعلقة بالمضرور وهذا الضرر المتعلق بالأشياء قد يؤدي إلى انعدام الفائدة والقيمة الاقتصادية التي تمثلها هذه الأشياء أو مجرد إنقاص هذه القيمة.

ب. ضرراً معنوياً: كالحط من جودة المنتجات وطريقة إنتاجها والتعويض عن الضرر المعنوي لا يهدف إلى جبر الضرر كما في التعويض عن الضرر المادي إذ يصعب تقدير الضرر المعنوي تقديراً مالياً يحقق له قدراً من الرضا والسعادة. وتجدر الإشارة إلى أن عبء إثبات الضرر يقع على المدعي طالب التعويض.

-3 علاقة السببية بين الفعل الضار والضرر: وهي ركن لازم لانعقاد المسؤولية المدنية وتحديد مداها أي لتحديد مدى التعويض الناجم عن هذه المسؤولية. فلا يكفي لإلزام شخص ما بالتعويض أن يتوافر لنا الفعل والضرر في جانبه بل لا بد أن يكون من شأن الفعل أن يؤدي إلى هذا الضرر، بمعنى أن يكون الفعل ضروريا

3.4.2.3.3 من جهة قانون محكمة العدل العليا رقم (12) لسنة (1992)

عند نظر فكرة النزاع بين اسم الموقع الإلكتروني والعلامات أو الأسماء التجارية، فإنه يمكن ملاحظة أن المسئول عن تسجيل هذه الأسماء هو هيئة حكومية وهي "المركز الوطني للمعلومات والتكنولوجيا" (National Information Technology Center) (NITC) وبالتالي، فإنه يمكننا القول بأن القرار الذي يتخذه المسجل بتسجيل اسم الموقع الإلكتروني هو قرار إداري، ويمكن نظره من قبل محكمة العدل العليا الأردنية.

واللجوء إلى محكمة العدل العليا يؤسس على المادة التاسعة من قانون محكمة العدل العليا رقم (12) لسنة (1992)، والتي أعطت الفقرة (و) من المادة (9) الحق للأفراد والهيئات بالتقدم بدعوى لإلغاء القرارات الإدارية النهائية. حيث نصت على أنه: "تختص المحكمة دون غيرها بالنظر في الطعون المقدمة من ذوي المصلحة والمتعلقة بـ "..- الدعاوى التي يقدمها الأفراد والهيئات بإلغاء القرارات الإدارية النهائية"[1].

وبذلك، فإنه ولحل النزاعات التي قد تنشأ بين أسماء المواقع الإلكترونية والأسماء أو العلامات التجارية، يمكن اللجوء إلى القضاء الإداري وذلك بالاعتماد على كون قرار تسجيل الموقع الإلكتروني هو قرار إداري قابل للإلغاء إذا ما توافرت شروط الإلغاء، وبالتالي إذا ما ألغي القرار الإداري فإن ذلك يعني شطب اسم الموقع الذي تم تسجيله بالمخالفة للقانون وفي هذا حل للنزاع.

لتحقق الضرر، أي لولا حدوث الفعل لما وقع الضرر، كما تتوافر علاقة السببية بين الفعل والضرر حتى ولو نتج عن الفعل ضرر واحد وأصاب عدة أموال يمتلكها أشخاص مختلفون، كما يجب أن يترتب الضرر على الفعل مباشرة أو بالتسبب، أي أن لا يحول دون الفعل والضرر فعل آخر، وأن يكون قد نتج عن الفعل الأول. انظر د. عبدالله الخشروم، المرجع السابق، ص705.

(1) لمزيد من التفصيل، انظر: See: Rakan Baybars, Legal Protection of Domain Names Under the .....of Trademark. System, master Degree Dissertation, University of Jordan, June, 2004.

إذن، وكخلاصة فإنه يمكننا القول بأن النزاعات القانونية التي تنشأ عن استخدام المواقع الإلكترونية، كما يوجد حل دولي لها فإنها أيضاً يمكن أن تحل داخلياً إذا ما تعلقت بأسماء المواقع الإلكترونية الوطنية.

لكن، وبالنسبة للأردن على الأقل، فإننا نلاحظ أن الحلول المتاحة تعتمد على القواعد العامة سواء كان قانوناً مدنياً أو قانون منافسة أو حتى قانون محكمة العدل العليا، وهذه القوانين يمكن أن تكون قاصرة في عالم تحكمه الرقمية والتكنولوجيا. لذلك فإنه كان من المفترض، أن يصدر قانون أردني ينظم أسماء المواقع الإلكترونية، حتى يمكن الالتجاء إليه مباشرة في تحديد الحقوق والالتزامات، وحل المنازعات.

الفصل الرابع

الخاتمة والتوصيات

1.4 الخاتمة

لقد اتضح لنا بعد هذه الدراسة أن الأسماء التجارية ليست بالوضوح الذي كانت يجب أن تكون عليه رغم وجود قانون خاص بها يُفترض أنه ينظم جميع جوانبها.

إذ تبين لنا أن هذا القانون نفسه يتسم بغموض بعض مواده وأحياناً قصورها عن الإلمام بالجوانب القانونية للاسم التجاري ذلك أن بعض هذه المواد يصعب تطبيقها حتى على الاسم التجاري العادي عندما تبرز بعض الإشكالات القانونية التي قد يتعرض لها، وخاصة في حالة التعدي عليه، فما بالك إذا كان الاسم إلكترونياً كما هو الحال بالنسبة لأسماء المواقع الإلكترونية التي قد تأخذ أحياناً صفة الاسم التجاري وهو ما توصلنا إليه من خلال دراستنا.

ولذلك فإنه يمكننا إيراد مجموعة النتائج التالية:

1. لقد كان المشرع الأردني موفقاً بإفراده قانوناً خاصاً بالاسم التجاري ينظم جوانبه المختلفة.
2. أصاب المشرع الأردني أيضاً عندما أزال الخلط الذي كان قائماً في قانون تسجيل الأسماء التجارية رقم (30) لسنة (1953) الملغي حيث عمل قانون الأسماء التجارية الجديد على إيضاح مفهوم الاسم التجاري بطريقة تمنع الخلط بينه وبين غيره من العناصر المعنوية الأخرى للمحل التجاري مثل العنوان التجاري والعلامة التجارية.
3. وُفق المشرع الأردني عندما أوجب تسجيل الأسماء التجارية بلغتنا الأم، وهي اللغة العربية بدلاً من تسجيلها بلغات أجنبية.
4. كان المشرع الأردني موفقاً عندما سمح بإمكانية التصرف بالاسم التجاري بجميع أوجه التصرف (كالبيع أو الرهن أو التنازل...الخ) مستقلاً عن المحل التجاري، وذلك لما قد يصل إليه الاسم من سمعة وشهرة عالميتين فيصبح بذلك ذا قيمة

مالية يمكن الاستفادة منها بصورة مستقلة بدلاً من أن يرتبط بضرورة بيع المحل التجاري.

5. كما كان المشرع الأردني موفقاً أيضاً بفرضه حماية قانونية للاسم التجاري سواء أكان مسجلاً أو غير مسجل بل ربط هذه الحماية بالاستعمال.
6. وُفق المشرع الأردني في المادة (9) من قانون الأسماء التجارية عندما منح مالك الاسم التجاري مدة ثلاث سنوات من تاريخ سريان أحكام قانون الأسماء التجارية ليقدم خلالها إشعاراً لمسجل الأسماء التجارية يؤكد فيه رغبته في الاحتفاظ باسمه التجاري المسجل قبل نفاذ أحكام قانون الأسماء التجارية[1]. كما أنه منح مالك الاسم التجاري الحق في الطعن في قرار المسجل خلال ستين يوماً من تاريخ تبلغه الحكم أو العلم به، وفي جميع الأحوال لا تقبل دعوى الطعن بقرار المسجل بعد مرور سنة على تاريخ هذا الشطب.

وبعد إيراد إيجابيات قانون الأسماء التجارية فإننا سوف نتناول في النقاط التالية المآخذ التي تؤخذ على قانون الأسماء التجارية الأردني.

1. لم يتطرق المشرع الأردني لتعريف الاسم التجاري المشهور على غرار ما فعل بالنسبة للعلامات التجارية المشهورة.
2. يؤخذ على المشرع الأردني في المادة (3/هـ) من قانون الأسماء التجارية عندما أجاز أن يكون للمحل التجاري أكثر من اسم تجاري، وهذا فيه تناقض مع الوظيفة الرئيسية للاسم التجاري وهي تمييز المحل التجاري بكافة عناصره عن نظائره من المحال التجارية الأخرى حيث أنه يجب أن يكون لكل محل تجاري اسمٌ تجاريٌ واحدٌ، كما يؤخذ على المشرع اشتراطه اختلاف أسماء فروع المحل التجاري بسبب اختلاف النشاط التجاري الذي تمارسه هذه الفروع وهذا فيه تناقض مع مفهوم الفرع إذ انه من حيث الأصل يجب أن يكون الفرع تابعاً للأصل سواء من حيث الاسم أو نوع النشاط التجاري.

---

[1]- انظر المادة (9/أ/1) من قانون الأسماء التجارية.

3. يؤخذ على المشرع الأردني الغموض في بعض مواده سواءً من حيث اللفظ أو المعنى فمثلاً إيراده لفظ (المتوفى حديثاً) في المادة (5/و) من القانون يؤدي إلى الخلط بين فكرة انصراف (حديثاً) إلى زمن الوفاة أم إلى شخص المتوفى، مما يستلزم إعادة النظر في هذه الفقرة.

4. أما في مجال الشروط التي عالجت تسجيل الاسم التجاري فإنّ هناك مجموعة من المآخذ التي يمكن الحديث عنها في هذا السياق منها:

أولاً: عدم إلزام المشرع مسجل الأسماء التجارية نشر قراره قبول طلب تسجيل الاسم أو رفضه في صحيفتين يوميتين على غرار ما فعل في المادة (8) من ذات القانون، والتي لم تعتبر التصرفات الواردة على الاسم التجاري حجة على الغير إلا من تاريخ تدوين ذلك في السجل ونشره في صحيفتين يوميتين.

ثانياً: إخضاع المشرع الطعن في قرارات المسجل لمحكمة العدل العليا وفي ذلك إطالة للإجراءات مما لا يتماشى مع السرعة التي تتطلبها الأعمال التجارية.

5. والمأخذ الكبير على المشرع الأردني الذي نتأمل أن يتجاوزه بإلغاء نص المادة (1/أ/11) التي تمنح لمسجل الأسماء التجارية سلطة تقديرية من تلقاء نفسه أو بناءً على طلب من شخص ذي مصلحة أن يقرر شطب الاسم التجاري الذي صدر حكم من المحكمة المختصة بشطبه وهذا يعني أن المشرع الأردني قد جعل تنفيذ قرار المحكمة المختصة بشطب الاسم التجاري موقوفاً على إرادة المسجل.

6. أما بالنسبة لنظام الأسماء التجارية والذي نظم أحكام شطب الاسم التجاري:

1. وفق المشرع الأردني في المادة (6/أ) من نظام الأسماء التجارية عندما أوجب على المسجل تعيين موعد لسماع أقوال الطرفين عند الانتهاء من تبادل اللوائح وقبل ختام البينة، ولكن يؤخذ عليه في هذا المجال أنه أوجب على المسجل تعيين جلسة لسماع أقوال الطرفين عند ختام البينة إن وجدت، فما هو أساس مثل هذا الطلب إن لم يكن مؤسساً على بينات تثبته كما أن سماع أقوال كلاً الطرفين قد يُفضي إلى لزوم تقديم بينات أخرى لإثبات صحة ما قالوه

وهذا لا يتحقق بعد ختام البينة خاصة وأن المشرع قد حصر بينات طالب الشطب في البينات التي تدحض بينات مالك الاسم التجاري. كما يؤخذ على المشرع الأردني أيضاً أنه لم يوضح لماذا منح الطرفين مدة لا تقل عن خمسة عشر يوماً إلا أنه ومن خلال العبارة التي تلي هذه المدة وضح أن هذه المدة لإبداء أحد الأطراف رغبته في بسط أقواله.

2. يؤخذ على المشرع في المادة (4/ج) من نظام الأسماء التجارية أنه أجاز بعد إصدار المسجل قراره بختم البينة تقديم أصول البينات التي سبق وقدم شيئاً أو صوراً مصدقة عنها لما في ذلك من تكرار لهذه البينات التي سبق وأن قدمت، خاصةً أنّ الصورة أو النسخة المقدمة مصدقة وهذا يعني أنها طبق الأصل فهذا النص لا مبرر له في رأينا ومن الأفضل شطبه.

7. أما بالنسبة لأسماء المواقع الإلكترونية فإنه بخلاف قانون التجارة الإلكترونية لم يتولَ المشرع الأردني تنظيم المواقع الإلكترونية وأسماءها في أي تشريع وهو نقص يشوب المنظومة التشريعية الأردنية يجب أن تتخطاه، خاصة وأننا توصلنا في الفصل الثاني من الرسالة إلى أن اسم الموقع الإلكتروني التجاري عبر شبكة الإنترنت هو الاسم التجاري في الواقع.

2.4 التوصيات

وبناءً على النتائج التي توصلنا إليها نورد التوصيات التالية:

1. إيراد تعريفٍ للاسم التجاري المشهور؛ على غرار العلامة التجارية المشهورة مع تجاوز عيوب تعريف العلامة التجارية المشهورة.
2. نقترح إلغاء الفقرة (هـ) من المادة (3) والاستعاضة عنها بالنص التالي "يجوز للتاجر –فرداً كان أم شركة– أن يسجل أكثر من اسم تجاري لمحلاته التجارية ذات النشاطات المختلفة".

3. نتمنى على المشرع الأردني إعادة النظر في صياغة الفقرة (و) من المادة (5) من قانون الأسماء التجارية بما يجعلها متسقة لفظاً ومعنىً.

4. نتمنى على المشرع الأردني إعادة النظر في صياغة المادة (7) من قانون الأسماء التجارية التي تحكم الشروط الشكلية لتسجيل الاسم التجاري وتضمينها شرط نشر قرار المسجل في الصحف اليومية بغاية إعلام الغير به، وتشكيل هيئة خاصة في وزارة الصناعة والتجارة تختص بتلقي الطعون المقدمة ضد قرار المسجل والفصل فيها.

5. وإننا نقترح على المشرع الأردني إعادة صياغة المادة (12) على النحو التالي:

المادة (12)

أ. لمالك الاسم التجاري سواء قبل إقامة دعواه المدنية أو عند تقديمها أو أثناء نظرها، أن يقدم لقاضي الأمور المستعجلة أو المحكمة طلباً مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها لإثبات التعدي على الاسم التجاري.

من خلال الإجراءات التالية:

1. الكشف المستعجل لإثبات حالة.
2. التحفظ على دليل الاعتداء على الاسم التجاري الذي يخشى اختفاؤه أو إتلافه.

ب. للمحكمة أن تستعين في جميع الأحوال بآراء ذوي الخبرة والاختصاص.

ج. 1. لمالك الاسم التجاري إذا أثبت وقوع التعدي على الاسم التجاري أو أنه أصبح وشيك الوقوع وقد يلحق به ضرراً يتعذر تداركه أن يقدم طلباً إلى المحكمة مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها لاتخاذ أي من الإجراءات التالية:

وقف التعدي.

التعويض عن الأضرار التي لحقت مالك الاسم التجاري نتيجة الاعتداء على الاسم.

مصادرة أي مواد أو أدوات متعلقة بالتعدي أو مستعملة بصورة رئيسية في التعدي على الاسم التجاري أو إتلاف هذه المواد والأدوات أو التصرف بها في أي غرض غير تجاري.

2. إذا لم يقم مالك الحق في الاسم التجاري دعواه خلال ثمانية أيام من تاريخ إجابة المحكمة لطلبه فتعتبر الإجراءات المتخذة بهذا الشأن ملغاة.

3. للمستدعي ضده أن يستأنف قرار المحكمة باتخاذ الإجراءات المستعجلة لدى محكمة الاستئناف خلال عشرة أيام من اليوم التالي لتاريخ تفهمه أو تبلغه له ويكون قرارها قطعياً.

4. للمستدعي ضده المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر إذا أثبت أن المستدعي غير محق في طلبه باتخاذ الإجراءات التحفظية أو أنه لم يقم دعواه خلال المدة المقررة في البند (2) من هذه الفقرة.

د. للمدعى عليه المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر إذا ثبت بنتيجة الدعوى أن المدعي غير محق في دعواه.

6. نقترح على المشرع الأردني أن ينظم تسجيل أسماء المواقع الإلكترونية واستخدامها من خلال تشريع خاص يتجنب من خلاله التهديد الذي تشكله هذه المواقع على الأسماء التجارية والعلامات التجارية بشكل أخص.

7. نتمنى على المشرع الأردني إزالة الخلط واللبس الوارد في قانون الشركات بين الاسم التجاري والعنوان التجاري والذي تجاوزه في قانون الأسماء التجارية الجديد.

المراجع

أ. المراجع العربية:

أحمد، عبد الفضل محمد، (1986)، **القانون التجاري والأعمال التجارية، الملكية التجارية والصناعية**، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، د. ط، مصر.

الأسمر، صلاح الدين، (2003)، **شرح التشريعات الصناعية والتجارية**، دار الثقافة، ط 1، عمان.

الأسمر، صلاح زين الدين، (2003)، **التشريعات الصناعية والتجارية**، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، ط1، عمان.

الخشروم، عبد الله، (2005)، **حقوق الملكية الصناعية والتجارية**، مكتبة دار وائل، عمان.

الخشروم، عبد الله، (1997)، شركة الشخص الواحد في قانون الشركات الأردني والقوانين المعدلة له لسنة (2002)، بحث مقبول للنشر، **مجلة المنارة**، جامعة آل البيت.

الخشروم، عبدالله، (2004)، الحق في التعويض الناشئ عن التعدي كوجه من وجوه الحماية المدنية للعلامة التجارية: دراسة في التشريع الأردني، منشورات جامعة اليرموك، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلة العشرون، العدد الثاني، ص688-718.

الخولي، أكثم، (1964)، **الوسيط في القانون التجاري**، (ج3)، الأموال التجارية، مطبعة نهضة مصر، د.ط.

الخولي، سائد، (2004)، **حقوق الملكية الصناعية**، مجدلاوي للنشر والتوزيع، د.ط، عمان.

ديوه جي، أبي سعيد، (1999)، إدارة **التسويق**، مديرية دار الكتاب للطباعة والنشر، جامعة الموصل، د.ط.، الموصل.

الزعبـــي، خالـــد، الفـضل، منذر، (1995)، **المدخل إلى علم القانون**، المركز العربي للخدمات الطلابية، ط1، عمان.

ســـامي، فـــوزي محمـــد، (1993)، **شرح القانون التجاري**، ج1، الدار العلمية الدولية لجامعة الثقافة، ط1، عمان.

سامي، فوزي محمد، (1997)، **شرح القانون التجاري**، ج4، دار الثقافة، د.ط، عمان.

ســـامي، فوزي محمد، (2003)، **مبادئ القانون التجاري وفقاً للمنهاج الجديد لجامعة البلقاء التطبيقية**، الدار العلمية الدولية، مصر.

ســـليم، عـــصام، (1997)، **المدخل للعلوم القانونية في القانونين اللبناني والمصري**، الجزء الأول، نظرية القانون، الدار الجامعية.

أبـــو ســـريع، كمال محمد، (1984)، **الشركات التجارية في القانون التجاري**، الجزء الأول، شركات الأشخاص، دار النهضة العربية، مصر.

الـــسنهوري، عـــبد الرزاق، (د.ت)، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد**، الجزء الأول، نظـــرية الالتـــزام بـــوجه عام، مصادر الالتزام، دار النشر للجامعات المصرية.

شـــفيق، محسن، (1951)، **الوسيط في القانون التجاري**، الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار نشر الثقافية، الإسكندرية.

شـــفيق، محـــسن، (1968)، **الوجيـــز في القانون التجاري**، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة.

صـــالح، باســـم محمد،(1992)، **القانون التجاري**، القسم الأول، الطبعة الثانية، مطبعة جامعة بغداد، بغداد.

طالبانـــي، نـــوري، (1979)، **القانون التجاري، النظرية العامة**، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطبعة الحديثي، بغداد.

الطراونة، مصلح، (2002)، الأحكام القانونية للعنوان التجاري والاسم التجاري في القانون الأردني، **مجلة مؤتة للبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية**، المجلد (17)، العدد (4)، ص218.

الطراونه، مصلح، والحجايا، نور،(2005)، التحكيم الإلكتروني، **مجلة الحقوق**، جامعة البحرين، العدد الأول، ص203.

طه، مصطفى كمال، (1990)، **القانون التجاري المصري**، دار الجامعة، الجريدة للنشر، الإسكندرية.

عباس، محمد حسني، (1969)، **الملكية الصناعية والمحل التجاري**، مطابع الأهرام التجارية، القاهرة.

العباسي، عز الدين مرزا، (2003)، **الاسم التجاري، دراسة قانونية مقارنة**، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.

عبد الرحيم، ثروت، (1987)، **الملكية التجارية والصناعية في الأنظمة السعودية**، الطبعة الأولى، الناشر عمادة شؤون المكتبات، مطابع جامعة الملك سعود.

العبيدي، علي هادي، (2002)، **الوجيز في شرح القانون المدني، الحقوق العينية دراسة مقارنة**، الطبعة الأولى، مكتبة جار الثقافة، عمان.

العطير، عبد القادر، (1999)، **الوسيط في شرح القانوني التجاري**، الجزء الأول، دار الثقافة، عمان.

العكيلي، عزيز، (1998)، **شرح القانون التجاري**، الجزء الأول، دار الثقافة، عمان.

العلاق، بشير عباس، و ربابعة، علي محمد، (1998)، **الترويج والإعلان، أسس نظريات**، مدخل التكامل، الطبعة الأولى، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

علوان، رامي محمد، (2005)، المنازعات حول العلامات التجارية وأسماء مواقع الإنترنت، **مجلة الشريعة والقانون**، العدد الثاني والعشرون، يناير، ص247.

عوض، علي جمال الدين، (دون سنة طبع)، **القانون التجاري**، الجزء الأول، دار النهضة العربية، القاهرة.

غنام، شريف محمد، (2004)، حماية العلامات التجارية عبر الإنترنت، **مجلة الحقوق**، العدد 3، الكويت، ص321-322.

الفقي، عاطف محمد، (2001)، **الحماية القانونية للاسم التجاري**، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة.

الفقي، محمد السيد، (2000)، **دروس في القانون التجاري الجديد**، دار المطبوعات الجامعية، مصر.

القليوبي، سميحة، (1987)، **تأجير استغلال المحل التجاري**، دار النهضة العربية، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة.

القليوبي، سميحة، (1996)، **الملكية الصناعية**، دار النهضة العربية، القاهرة.

القليوبي، سميحة، (1978)، **الموجز في القانون التجاري، الأوراق التجارية، عمليات البنوك، العقود التجارية**، دار النهضة العربية، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة.

كوماني، لطيف، والرفيعي، علي، (2000)، **القانون التجاري**، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد.

ملش، كامل أمين، **الشركات تأسيسها وإدارتها وانقضاؤها وإفلاسها**، مطابع دار الكتاب العربي، مصر.

منصور، محمد حسين،(2003)، **المسئولية الإلكترونية**، الناشر دار الجامعة الجديدة للنشر، دون طبعة، مصر.

ناصيف، إلياس، (1999)، **الموسوعة التجارية الشاملة**، ج2، المؤسسة التجارية، طبعة مزيدة ومنقحة، عويدات للطباعة والنشر، بيروت.

ياملكي، أكرم، (1972)، **الوجيز في شرح القانون التجاري العراقي، الجزء الثاني في الشركات التجارية**، الطبعة الثانية المعدلة، بغداد.

ياملكي، أكرم، (1998)، **القانون التجاري**، دار الثقافة، عمان.

د. م. التحضير لبناء مواقع "الويب" عن الموسوعة العربيــة للكمبيــوتر والإنترنــت:

متوفر عبر الموقع: www.c4arab.com

ب. المراجع الأجنبية

Baybars, Rakan, (2004), **Legal Protection of Domain Names Under the Ambit of Trademark System**, Master degree Dissertation, University of Jordan.

Dimitor, George, (2000), **The International Conference on Intellectual Property**, the Internet Electronic Commence and Traditional Knowledge, Document Prepared in: May 29th-31, Sofia.

Hanard (C), (2001), **Le nom du domaine peut-it ete considere comme une marque de fait? Les petites affiches.**

Hayle, S.Denis, **Domain Names are Legal Property**, Protect Yours, in: www.website101.com.

Intellectual Property in the Internet: **A Survey of issues**, in: www.ecommerce.wipo.int.

Journal of Internet Law, (1999), **"Resolving Certain Domain Name Disputes: the WIPO recommendation by 101 Scopt Donahey.**

Law Article: **"Legal Issues on Domain Name"** A Word Wide Watch, at: www.Law_bridge.net.